

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO – UFPE  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO – CAC  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN - PPD  
DOUTORADO EM DESIGN

Auta Luciana Laurentino

**IDeA:** um modelo de gestão do design aplicado à produção de artefatos artesanais

Recife  
2016

AUTA LUCIANA LAURENTINO

**IDeA:** um modelo de gestão do design aplicado à produção de artefatos artesanais

Tese apresentada como requisito parcial para aprovação do Doutorado no Programa de Pós Graduação de Design da UFPE, com a finalidade de obtenção do grau de Doutora. Linha de Pesquisa: Planejamento e Contextualização de Artefatos. Orientador: Prof. Dr. Walter Franklin Marques Correia.

Recife  
2016

Catálogo na fonte  
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

L383i Laurentino, Auta Luciana  
Idea: um modelo de gestão do design aplicado à produção de artefatos artesanais / Auta Luciana Laurentino. – Recife, 2016.  
247 f.: il., fig.

Orientador: Walter Franklin Marques Correia.  
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação. Design, 2017.

Inclui referências, apêndice e anexos.

1. Design. 2. Produção artesanal. 3. Gestão do design. 4. Inovação social. 5. Desenvolvimento local. I. Correia, Walter Franklin Marques (Orientador). II. Título.

745.2 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2017-64)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE TESE DE  
DOUTORADO ACADÊMICO DE

**AUTA LUCIANA LAURENTINO**

“IDEA: UM MODELO DE GESTÃO DO DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE  
ARTEFATOS ARTESANAIS.”

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: Planejamento e Contextualização de Artefatos.

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, considera  
o(a)candidato(a) **Auta Luciana Laurentino** APROVADA.

Recife, 14 de dezembro de 2016.

Prof<sup>ª</sup>. Kátia Medeiros de Araújo(UFPE)

Prof<sup>ª</sup>. Oriana Maria Duarte de Araújo(UFPE)

Prof<sup>ª</sup>. Ana Maria Queiroz de Andrade(UFPE)

Prof<sup>ª</sup>. Thyana Farias Galvão(UFPE)

Prof<sup>ª</sup>. Maria das Graças Ataíde de Almeida(UFRPE)

## AGRADECIMENTOS

A oportunidade de registrar as experiências que tive, a partir da atividade do design e da aproximação com a produção artesanal, foi muito prazerosa durante a construção desta pesquisa. Poder elaborar um modelo de gestão do design, com a intenção de contribuir na atuação do profissional de design, para a promoção de melhorias em grupos produtivos, foi uma grande satisfação.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Design, na pessoa do orientador Walter Franklin, e a todos os professores que, de alguma forma, contribuíram para a formação das ideias, a partir das discussões nas disciplinas do programa.

À banca examinadora, que trouxe contribuições significativas e importantes para pesquisa, formada pelas professoras Ana Andrade, Graça Ataíde, Kátia Medeiros, Oriana Duarte e Thyana Galvão. Agradeço em especial a Professora Graça Ataíde pela dedicação e amizade, construídas desde 2009 no curso de especialização em Cultura Pernambucana, no mestrado em Extensão Rural, e agora, na banca deste doutorado.

Ao Departamento de Expressão Gráfica pelo apoio, interesse e torcida dos meus colegas, nessa minha jornada.

A todos os artesãos, com quem tanto aprendi. Em especial, às pessoas que fazem a ASSOCIAPE, o grupo de Cupira, o grupo da Ilha de Deus e aos jovens e técnicos do CAATINGA. Agradeço, ainda, a todas as instituições que acreditaram no meu trabalho.

De maneira muito especial à minha família que tanto amo, Marco e Mariana Buhagiar.

Dedico essa pesquisa a Marco, Mariana e Mere,  
pela paciência, carinho, cuidado e amor.

O uso do tempo é um excelente revelador químico de novos sentidos que homens e mulheres pioneiros farão, reconstruindo as noções de família, de trabalho, de conhecimento e de cidadania. Todas essas instituições e relações estarão doravante submetidas a um processo de abertura a um mundo de formas e de possibilidades que se evidenciarão pelo uso que dermos a nossas horas. Quem está procurando fazer sentido fará uma reengenharia em seu tempo. Introduzir em nossas vidas uma reengenharia do tempo é construir, com nossos fragmentos, figuras coerentes, inteligíveis e luminosas como um vitral. O que é obra de artistas, entregues à arte de viver.

Rosiska Darcy de Oliveira  
(2003, p. 138)

## RESUMO

Apresentamos uma discussão sobre a relevância da produção artesanal para o Brasil, com uma abordagem sobre as intervenções de design que ocorrem nessa área. O objetivo central da pesquisa foi o desenvolvimento de um modelo de gestão de design, voltado para designers que pretendam atuar, como consultores, na promoção de melhorias de artefatos artesanais, junto a comunidades ou produtores artesanais. Na construção desse trabalho, destacamos a produção artesanal na história do design, com a finalidade de mostrar a importância das habilidades e técnicas desenvolvidas pelos artesãos na construção do desenho industrial; tratamos sobre o artesanato através de algumas classificações que norteiam os programas e as instituições que apoiam a produção desses artefatos, além da apresentação de dados estatísticos sobre essa área produtiva; em seguida, apresentamos a cultura popular a partir de teorias que discutem a forma de fazer, valores e legitimação, que foram construídos e absorvidos, refletindo os discursos até os dias atuais; mapeamos atores que tratam de design e artesanato no Brasil; fazemos a revisão da literatura, em que tratamos sobre proposições que envolvem design, gestão, sustentabilidade, consumo, desenvolvimento local, capital social e globalização, por serem temas apreendidos como primordiais para a discussão sobre produção de artefatos no mundo contemporâneo. Na sequência, exibimos a trajetória metodológica que adotamos para a pesquisa exploratória, através da descrição de estudos de caso, sendo eles: ArteCupira, ASSOCIAPE, CAATINGA e Ilha de Deus; conduzimos os dados da experiência empírica para uma pesquisa qualitativa; traçando em seguida uma análise sobre essas intervenções de design. Na seção final, elaboramos o modelo de gestão, propriamente dito, apresentando dados construtivos, oferecendo um roteiro de execução que traz as etapas de gestão e design voltadas para as intervenções, além de indicar o relacionamento entre os atores durante uma ação, com o intuito de trazer informações que colaborem com novos profissionais que pretendam atuar na área do design e artesanato. Por fim, concluímos a pesquisa analisando sua construção e indicando temas para o desenvolvimento de trabalhos futuros.

Palavras-chave: Design. Produção Artesanal. Gestão do Design. Inovação Social. Desenvolvimento Local.

## ABSTRACT

In this paper, a discussion on the relevance of handicraft production in Brazil was presented on an approach about design intervention which occurs in this field. The main objective of this research was to develop a design management model, focused on designers who intend to act as consultants for improvements of handcrafted artifacts, in conjunction with communities or artisanal producers. In the construction of this project, handicraft production and its outstanding role were highlighted in the history of design, with the purpose of showing the importance of the skills and techniques developed by craftsmen in the construction of industrial design; handicraft was discussed through ratings which define the plans and the institutions that support the production of these artifacts, in addition to the submission of statistical data on this productive area; next the popular culture is presented based on theories that discuss the way of doing, values and legitimization, that were constructed and absorbed reflecting the discourses until the current days; actors who deal with design and handicraft in Brazil were mapped; the literature was reviewed, where propositions on design were addressed, management, sustainability, consumption, local development, capital stock and globalization were also discussed, for being issues which are considered primordial on the discussion of artifacts production in the contemporary world. After, the methodological trajectory that was adopted was displayed, where an exploratory research was conducted, through the description of case studies, such as: ArteCupira, ASSOCIAPE, CAATINGA and Ilha de Deus; the data of the empirical experience towards a qualitative research was carried out, tracing then, an analysis on these design interventions. In the final section, the management model itself was created, displaying constructive data, offering an execution plan which shows the steps of management and design, focused on its interventions, besides indicating the relationship among players during an action, with a view to providing useful information which will contribute to new professionals who intend to work in the field of design and handicraft. Finally, the search was conducted by analyzing its construction and indicating some topics to be developed for future projects.

Keywords: Design. Handicraft production. Design Management. Social Innovation.  
Local Development

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01- Classificação do artesanato no Brasil .....	40
Tabela 02- Mapeamento das instituições e profissionais que trabalham com design e artesanato .....	68
Tabela 03 - Roteiro de execução a partir da descrição das etapas e das dificuldades de gestão e design .....	129
Tabela 04- Roteiro de execução completo a partir da descrição das etapas e das dificuldades de gestão e design .....	133
Tabela 05- Atividades realizadas na oficina de design .....	142
Tabela 06- Atividades realizadas na gestão do grupo .....	145
Tabela 07- Descrição das FASES A e B dos atores envolvidos numa ação de design junto à produção artesanal .....	162
Tabela 08- Indicação das atividades voltadas à FASE A na perspectiva de atuação dos outros atores envolvidos .....	166
Tabela 09- Indicação das atividades voltadas à FASE B na perspectiva de atuação dos outros atores envolvidos .....	168
Tabela 10- Consultoria design e artesanato em PERNAMBUCO, durante o período de 1998 a 2015 .....	199
Tabela 11 – Projetos de extensão voltados para produção artesanal de universidades brasileiras .....	239

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01- O design como ponte entre a produção e a sociedade .....	74
Gráfico 02- Lista dos materiais empregados pelos grupos atendidos em ações de design .....	87
Gráfico 03- Classificação do tipo de produção artesanal dos grupos atendidos .	87
Gráfico 04- Público de artesãos atendidos .....	88
Gráfico 05- Duração das ações nos grupos produtores .....	88
Gráfico 06- Funções que o designer pode assumir .....	122
Gráfico 07- Roteiro de execução das etapas de gestão e design junto aos atores .....	137
Gráfico 08- Roteiro de execução das etapas de gestão e design junto aos atores atualizado .....	138
Gráfico 09 - Fase A e B que compõem o modelo de gestão IDeA .....	139
Gráfico 10- Papéis entre os atores envolvidos com a produção artesanal .....	147
Gráfico 11- Atores envolvidos com a produção artesanal .....	149
Gráfico 12 – Modelo de gestão IDeA: fases A e B que envolvem os atores relacionados à intervenção de design + produção artesanal e suas competências .....	164

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01- Artesanato – Brinquedos produzidos em flandres e madeira .....	42
Figura 02 - Artesanato - Cestos de capim dourado de Mateiros/ TO .....	42
Figura 03 - Artesanato tradicional - Tapeçaria da cidade de Lagoa do Carro/PE .....	42
Figura 04 - Artesanato tradicional - Flor de renda renascença da cidade de Jataúba/PE .....	42
Figura 05 - Arte popular – Personagens do Mestre Galdino, Alto do Moura, cidade de Caruaru/PE .....	42
Figura 06 - Artesanato tradicional – Personagens do cotidiano inspirados na obra do Mestre Vitalino, Alto do Moura, cidade de Caruaru/PE .....	42
Figura 07 - Trabalho Manual – Imagem registrada no encerramento das Olimpíadas 2016, fazendo referencia as rendeiras da cultura nordestina brasileira .....	43
Figura 08 - Artesanato – Imagem registrada no encerramento das Olimpíadas 2016, fazendo referencia ao Mestre Vitalino .....	43
Figura 09 - Artesanato Indígena – Escultura Karajá da Ilha do Bananal/TO .....	43
Figura 10 - Artesanato – Potes feitos com argila da cidade de Tracunhaém/PE .....	43
Figura 11- Sede da ArteCupira no bairro Novo Horizonte .....	91
Figura 12 - Espaço interno da Sede da ArteCupira .....	91
Figura 13 - Peso de porta confeccionado em tecido. Registrado no diagnóstico .....	91
Figura 14 - Boneca de pano. Registrada no diagnóstico .....	91
Figura 15 - Personagens modelados em massa de biscuit. Registrado no diagnóstico .....	91
Figura 16 - Potes de vidro com acabamento em massa de biscuit. Registrado no diagnóstico .....	91
Figura 17- Imagens da oficina de design realizada através do CPD .....	92
Figura 18 - Artesã produzindo a embalagem da boneca de pano .....	92
Figura 19- Personagens modelados com massa do biscuit .....	92
Figura 20- Testes de modelagem com a massa do biscuit .....	92
Figura 21- Colar produzido na oficina de design modelado com massa do biscuit .....	92
Figura 22 - Elaboração de novos usos para os personagens criados .....	92

Figura 23 - Pula-corda produzido em tecido e linha durante a oficina de design .....	93
Figura 24 - Dados criados na oficina de design e produzido em bagum .....	93
Figura 25 - Bonecas de pano produzidas após as sugestões de melhorias na oficina de design e produzidas com feltro .....	93
Figura 26 - Boneca de pano com embalagem .....	93
Figura 27 - Jogos educativos comercializados no Centro de Artesanato de Pernambuco - Unidade Recife .....	94
Figura 28 - Jogos da velha produzidos em bagum .....	94
Figura 29 - Estande da ArteCupira na FENEARTE 2016 .....	94
Figura 30 - Relógio infantil produzido em bagum .....	94
Figura 31- Régua para medir a altura infantil produzido tecido e feltro .....	95
Figura 32 - Jogo resta um produzido em bagum e emborrachado .....	95
Figura 33 - Imagens do Diagnóstico realizado na sede da ASSOCIAPE, através do CPD em 2004 .....	97
Figura 34 - Pano de prato com acabamento em crochê. Registrado no diagnóstico .....	97
Figura 35 - Prato de porcelana com pintura de flores. Registrado no diagnóstico .....	97
Figura 36 - Caixa de madeira com a técnica da marchetaria. Registrada no diagnóstico .....	97
Figura 37 - Roupas para bonecas produzidas em crochê. Registrada no diagnóstico .....	97
Figura 38 - Bolsa feminina com acabamento em fuxico. Registrada no diagnóstico .....	97
Figura 39 - Imagens da oficina de design para ASSOCIAPE, através do CPD	98
Figura 40 - Imagens da oficina de design para ASSOCIAPE, através do CPD	98
Figura 41- Revisteiro produzido em MDF produzidos durante a oficina de design .....	98
Figura 42 - Prato de porcelana e caneca produzidos durante a oficina de design .....	98
Figura 43 - Peças em papel machê produzidas na oficina de design .....	98
Figura 44 - Almofadas confeccionadas com tecido juta produzidas na oficina	

de design .....	98
Figura 45 - Peças produzidas em tecido após as oficinas de design .....	99
Figura 46 - Peças produzidas com a fibra rami após as oficinas de design .....	99
Figura 47 - Empresa Ramifica que produz acessórios de moda e peças decorativas para casa. Participou das oficinas de design junto a ASSOCIAPE .....	99
Figura 48 - Pulseiras coloridas produzidas após as oficinas de design .....	99
Figura 49 - Participação da ASSOCIAPE em todas as edições da FENEARTE .....	99
Figura 50 - Imagem interna do estande da ASSOCIAPE em 2016 .....	99
Figura 51- Jovens artesãos de Granito durante uma conversa inicial sobre a oficina de design .....	103
Figura 52 - Jovens artesãos de Granito em visita externa durante a oficina de design .....	103
Figura 53 - Jovens artesãos de Granito em visita de reconhecimento dos principais ícones do município.....	103
Figura 54 - Jovens artesãos de Granito em visita de reconhecimento dos materiais locais.....	103
Figura 55 - Jovens artesãos de Triunfo em visita de reconhecimento de reconhecimento dos principais ícones do município .....	104
Figura 56 - Jovens artesãos de Triunfo durante a aplicação de uma técnica de criatividade na oficina de design .....	104
Figura 57 - Jovens artesãos de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira durante a abertura da oficina de design .....	104
Figura 58 - Jovens artesãos de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira durante a visita de reconhecimento dos principais ícones do município .....	104
Figura 59 - Jovens artesãos de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira durante as atividades práticas na oficina de design .....	104
Figura 60 - Jovens artesãos de Ouricuri durante a abertura da oficina de design .....	104
Figura 61- Jovens artesãos de Ouricuri realizando experimentos durante a oficina de design .....	105
Figura 62 - Jovens artesãos de Ouricuri durante as discussões sobre definições e seleção dos produtos na oficina de design .....	105
Figura 63 - Jovens artesãos de Ouricuri durante as discussões sobre definições	

e seleção dos produtos na oficina de design .....	105
Figura 64 - Jovens artesãos de Ouricuri planejando moldes e gabaritos na oficina de design .....	105
Figura 65 - Bolsas desenvolvidas em Granito na oficina de design .....	105
Figura 66 - Chaveiros desenvolvidos em Granito na oficina de design .....	105
Figura 67 - Molde desenvolvido junto ao grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira .....	106
Figura 68 - Jovens do grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira montando um gabarito para execução de peça decorativa .....	106
Figura 69 - Peça sendo executada por uma jovem do grupo de São José do Egito .....	106
Figura 70 - Colares executados pelo grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira .....	106
Figura 71- Técnica macramé sendo executada na construção de uma peça no grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira .....	106
Figura 72 - Jovens artesãs de Triunfo analisando a produção desenvolvida durante a oficina de design .....	106
Figura 73 - Desenvolvimento das peças com a palha da banana para montagem de flor junto ao grupo de Triunfo .....	107
Figura 74 - Flor confeccionada com palha da banana e tecido pelas jovens artesãs de Triunfo .....	107
Figura 75 - Porta-retrato produzido com a palha da banana e tecido pelo grupo de Triunfo .....	107
Figura 76 - Pulseiras produzidas com a palha da banana e tecido pelo grupo de Triunfo .....	107
Figura 77 - Experimento de carimbos em peças criadas com o grupo de Granito .....	107
Figura 78 - Chaveiro confeccionado couro sintético tingido pelos jovens artesãos de Granito .....	107
Figura 79 - Bolsa costura a mão pelo grupo de Granito .....	108
Figura 80 - Chaveiro confeccionado couro sintético e acabamento com linha dos jovens artesãos de Granito .....	108
Figura 81- Chaveiros produzidos em couro pelo grupo de Granito .....	108

Figura 82 - Jovens Granito analisando as peças criadas durante a oficina de design .....	108
Figura 83 - Peças figurativas desenvolvidas em madeira pelos jovens artesãos de Ouricuri .....	108
Figura 84 - Bloco de papel desenvolvido pelo grupo de Ouricuri .....	108
Figura 85 - Experimento de peça porta-recado produzido em MDF pelo grupo de Ouricuri .....	109
Figura 86 - Peça confeccionada em MDF e pintada pelos jovens artesãos de Ouricuri .....	109
Figura 87 - Folder produzido para o CAATINGA, frente e verso .....	110
Figura 88 - Folder produzido para o CAATINGA, página interna, contendo as marcas.....	111
Figura 89 - Imagem da oficina de design na Ilha de Deus .....	115
Figura 90 - Teste da pintura no marisco, principal matéria-prima da Ilha de Deus .....	115
Figura 91- Encontro realizado para definição dos produtos a serem elaborados e melhorados .....	116
Figura 92 - Grupo de artesãs que participaram da montagem de uma exposição na comunidade .....	116
Figura 93 - Teste de tingimento da manta do coqueiro .....	116
Figura 94 - Flores produzidas com marisco .....	116
Figura 95 - Peça produzida com a manta do coqueiro sem tingimento .....	116
Figura 96 - Bola decorativa confeccionada com marisco .....	116
Figura 97- Flores produzidas com a manta do coqueiro tingida .....	117
Figura 98 - Testes das amarrações dos mariscos .....	117
Figura 99 - Anel produzido com marisco e palha da costa .....	117
Figura 100 - Processo de montagem da bola decorativa confeccionada com mariscos .....	117

## LISTA DE SIGLAS

ABB – Associação dos Artesãos de Bezerros  
ARTENE – Artesanato do Nordeste S.A.  
ArteSol - Artesanato Solidário  
ASAS - Artesanato Solidário no Aglomerado da Serra  
ASSOCIAPE - Associação dos Artesãos de Pernambuco  
CAATINGA – Centro de Assessoria e Apoio a Trabalhadores/as e Instituições Não Governamentais Alternativas  
CCTA - Centro de Cultura e Tecnologia para o Artesanato Nãndeva  
CEART – Centro de Artesanato do Ceará  
CMN - Casa da Mulher do Nordeste  
CNAE - Classificação Nacional de Atividades Econômicas  
CNRC - Centro Nacional de Referência Cultural  
CNI - Confederação Nacional da Indústria  
COOPAGEL – Cooperativa dos Profissionais em Atividades Gerais  
CPD – Centro Pernambucano de Design  
CTI – Comissão de Turismo do Nordeste  
DEC – Diretoria de Extensão Cultural  
DESEJA.CA – Desenvolvimento Sustentável e Empreendedorismo Social no Jardim Canadá  
DIA – Design, Inovação e Arte  
DOU – Diário Oficial da União  
DMI – *Design Management Institute*  
EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo  
FADE – Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Universidade Federal de Pernambuco  
FENEARTE - Feira Nacional de Negócios do Artesanato  
FENAFRA – Feira Nacional de Agricultura Familiar e Reforma Agrária  
FIG – Festival de Inverno de Garanhuns  
FUNDAJ – Fundação Joaquim Nabuco  
FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos  
FUMEC - Fundação Mineira de Educação e Cultura

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IEDES – Instituto Ensinar de Desenvolvimento Social  
ITEP – Instituto de Tecnologia de Pernambuco  
JAC - Juventude Arte e Cultura  
LABSOL - Laboratório de Design Solidário  
MDF - *Medium Density Fiberboard*  
MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior  
MTE - Ministério do Trabalho e Emprego  
ONG – Organização Não Governamental  
OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público  
PAB – Programa do Artesanato Brasileiro  
PAS - Pesquisa Anual de Serviços  
PETROBRÁS - Petróleo Brasileiro S.A.  
POSMEEX - Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local  
PRODER – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável  
SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural  
SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial  
SESC - Serviço Social do Comércio  
SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo  
SENAI - Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial  
SESI - Serviço Social da Indústria  
SEST - Serviço Social de Transporte  
SENAT - Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte  
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SEPLAG - Secretaria de Planejamento e Gestão  
SERC – Serviço de Estimulação e Reabilitação da Criança  
SICAB – SISTEMA DE INFORMAÇÕES CADASTRAIS DO ARTESANATO  
BRASILEIRO  
SUDENE - Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste  
UEMG – Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais  
UFCA - Universidade Federal do Cariri  
UFMA - Universidade Federal do Maranhão  
UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais  
UFPE – Universidade Federal de Pernambuco

UFRJ - Universidade Federal do Rio de Janeiro

UNESP – Universidade Estadual Paulista

UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>22</b>
<b>1.1 Justificativa .....</b>	<b>26</b>
<b>1.2 Pressuposto da Pesquisa .....</b>	<b>28</b>
<b>1.3 Objetivos .....</b>	<b>28</b>
1.3.1 Objetivo Geral .....	28
1.3.2 Objetivos Específicos .....	28
<b>1.4 Metodologia .....</b>	<b>29</b>
<b>2 DESIGN E ARTESANATO .....</b>	<b>32</b>
<b>2.1 A produção artesanal na história do design .....</b>	<b>32</b>
<b>2.2 Artesanato no Brasil e suas classificações .....</b>	<b>39</b>
<b>2.3 Cultura popular: teorias que discutem a forma de fazer, valor e legitimação .....</b>	<b>47</b>
<b>2.4 Pesquisas que relacionam design e artesanato no Brasil .....</b>	<b>56</b>
<b>3 GESTÃO E GESTÃO DO DESIGN .....</b>	<b>60</b>
<b>3.1 Gestão .....</b>	<b>60</b>
<b>3.2 Gestão de serviços .....</b>	<b>64</b>
<b>3.3 Apresentação de atores que tratam de design e artesanato no Brasil ..</b>	<b>67</b>
<b>4 SUSTENTABILIDADE E SEUS REBATIMENTOS NA INTERVENÇÃO DE DESIGN NO ARTESANATO BRASILEIRO .....</b>	<b>73</b>
<b>5 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA .....</b>	<b>83</b>
<b>5.1 Experiência empírica .....</b>	<b>85</b>
<b>5.2 Descrição dos estudos de caso de intervenção de design e artesanato: ArteCupira, ASSOCIAPE, CAATINGA e Ilha de Deus .....</b>	<b>89</b>
5.2.1 ArteCupira .....	89
5.2.2 ASSOCIAPE .....	95
5.2.3 CAATINGA .....	100
5.2.4 Ilha de Deus .....	112

<b>5.3</b>	<b>Análise sobre as intervenções de design .....</b>	<b>117</b>
<b>6</b>	<b>A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO DE GESTÃO DE PROJETOS DE DESIGN PARA O ARTESANATO .....</b>	<b>121</b>
<b>6.1</b>	<b>Descrição das funções do design gestor no artesanato .....</b>	<b>121</b>
6.1.1	Função de designer .....	122
6.1.2	Função de designer gestor .....	123
6.1.3	Função de gestor .....	123
<b>6.2</b>	<b>Descrição das etapas de uma ação de design .....</b>	<b>124</b>
<b>6.3</b>	<b>Roteiro de execução com descrição das etapas e dificuldades de gestão e design .....</b>	<b>128</b>
<b>6.4</b>	<b>Desenvolvimento e análise do modelo de gestão a partir dos roteiros de execução .....</b>	<b>139</b>
6.4.1	As fases que compõem o modelo de gestão aplicado nas oficinas de design junto à produção artesanal .....	139
<b>6.5</b>	<b>Configurações do modelo de gestão para designers e dados para construção do modelo de gestão a partir das entrevistas .....</b>	<b>148</b>
<b>6.6</b>	<b>O Modelo de gestão IDeA: revelando funções e consolidando compromisso ..</b>	<b>161</b>
6.6.1	Discussões sobre o modelo de gestão IDeA .....	165
<b>7</b>	<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>174</b>
<b>7.1</b>	<b>Considerações iniciais .....</b>	<b>174</b>
<b>7.2</b>	<b>Dificuldades encontradas .....</b>	<b>179</b>
<b>7.3</b>	<b>Recomendações para trabalhos futuros .....</b>	<b>180</b>
<b>7.4</b>	<b>Considerações Finais .....</b>	<b>180</b>
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>182</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>191</b>
	<b>APÊNDICE .....</b>	<b>198</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A utilização do design voltado ao artesanato é reiterada no mercado de trabalho, principalmente em Pernambuco. Como profissional de design, acompanhamos o investimento de instituições públicas, privadas, fundações e organizações não governamentais, por exemplo, em ações que empregam o design como estratégia para melhoria da produção artesanal, e sua possível inserção no mercado, desde o final da década de 90. Mas de que forma estas ações são executadas? Há um planejamento estratégico, que siga algum modelo de gestão, focado na construção do produto e no fortalecimento do grupo de artesãos? Que modelos de gestão, com foco nas pequenas produções, existem no Brasil? Que ações paralelas ao emprego do design deveriam existir, numa ação voltada ao artesanato? O que se está fazendo ou adotando para a promoção de grupos artesanais, e autonomia destes na produção, e que processos estão envolvidos nessas ações? São questões que nortearão esta pesquisa.

O desenvolvimento de um modelo de gestão, voltado à compreensão de um grupo produtivo e dos papéis dos atores envolvidos numa ação de design, é o nosso objetivo principal, o qual será elaborado e analisado em decorrência das experiências vivenciadas nos projetos de intervenções de design em nosso estado, da década de 90 até os dias atuais, como também em paralelo as teorias e outras experiências levantadas na pesquisa.

Nos estudos sobre desenvolvimento local, apreendidos durante o mestrado<sup>1</sup>, encontramos o conceito de intervenção como uma ação que busca solucionar um problema percebido por um grupo de atores pertencentes ou atuantes no cotidiano de uma comunidade. Uma intervenção deve ser desenvolvida e recebida de maneira espontânea e não imposta, seguindo as necessidades reais de cada contexto, seja em uma produção ou em um serviço. Em todos os casos, deve-se realizar uma análise

---

<sup>1</sup> A rede construída por nós: extensão rural, novas ruralidades e cotidiano em Barra do Riachão, Pernambuco. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), sob a orientação da Professora Dr<sup>a</sup> Maria das Graças Andrade Ataíde de Almeida. Trata-se de um estudo sobre as novas ruralidades, em que apresentamos a produção artesanal como uma das ocupações existentes nos espaços rurais, que estão tornando possível a dinamização das famílias nas suas comunidades. Barra do Riachão, distrito de São Joaquim do Monte/ PE, é o *lócus* da pesquisa.

intensa do problema, e todos os envolvidos devem estar cientes das mudanças que poderão ser implementadas, para se chegar à solução mais adequada. Assim, segundo Jesus (2003), para que a mudança seja efetivada, se planeja uma ação, uma intervenção, com o objetivo de resolver o problema de origem, através de estratégias, que busquem soluções, até a materialização da mudança e resolução da necessidade. E nesse sentido, os atores externos, ao vislumbrarem e realizarem uma ação, em qualquer tipo de produção, a partir de um contato direto com atores internos dessa cadeia produtiva, devem buscar entender que todas as etapas necessitam ser negociadas, a partir de problemas reais, e envolver ou articular agentes interessados pela causa.

Uma forma de atuação do designer em Pernambuco são as áreas das consultorias e intervenções em pequenas e médias produções. Vemos hoje, através de algumas experiências que geraram resultados positivos em Pernambuco, que se conseguiu inserir o design no processo artesanal, de forma a fortalecer suas características culturais e mercadológicas. Para que as peças orientadas pelo design sejam aceitas pelos artesãos, ao ponto deles se apropriarem destas, e desejarem produzi-las, a equipe que participa do processo de desenvolvimento de um produto deve entender o universo no qual estão inseridos tais produtores para poder, a partir de então, propor mudanças ou melhorias nas técnicas, no estilo e nas informações culturais contidas no artesanato. Considerar as experiências dos participantes numa ação de design, buscando entender os principais aspectos culturais e os valores de cada grupo, pode gerar experiências enriquecedoras, com resultados positivos para a produção assistida.

Embora faça parte do universo de possibilidades de atuação do profissional de design, essa não é uma tarefa simples, pois envolve uma produção que necessita de propostas de melhorias reais para o grupo produtivo, para o processo, para o produto e, também, para o mercado. Esse profissional deve entender o universo do artesão junto à sua comunidade, junto ao mercado e, também, o que deseja a instituição parceira, pois frequentemente há uma instituição que apoia a ação. Em todo território nacional existem instituições governamentais que amparam a produção artesanal, seja na esfera federal, estadual ou municipal. Freitas (2011) colabora com essa afirmação, quando explica:

Praticamente todos os projetos ou programas que objetivam a qualificação do segmento produtivo artesanal são iniciativas institucionais, dentre as quais podemos citar o SEBRAE, o Centro CAPE, o PAB, a EMATER, todos geralmente vinculados a órgãos da administração pública estadual e/ou municipal. O objetivo é oferecer peças artesanais diferenciadas para o consumidor, treinar e capacitar

artesãos, otimizar a produção e resgatar ofícios tradicionais. (FREITAS, 2011, p. 24).

Nesse contexto das intervenções, muitas vezes, somos considerados como um ator externo, que a partir de um projeto ou programa nos envolvemos com a produção local de determinados grupos. A dinamicidade dos sistemas culturais é o plano no qual o contato com atores externos, numa determinada sociedade, pode promover mudanças, as quais podem acontecer através de conflitos ou de maneira passiva, de configuração lenta ou brusca. A cultura vista como dinâmica foi abordada por Laraia (2001), que aborda a contínua transformação dos sistemas culturais. Para este autor “existem dois tipos de mudança cultural: uma é interna, resultante da dinâmica do próprio sistema cultural, e uma segunda que é o resultado do contato de um sistema cultural com o outro” (LARAIA, 2001, p.96). Da mesma forma, vimos a partir de Linton (1936) que as sociedades existem e funcionam num mundo em perpétua mudança. Esta mudança é promovida pelos indivíduos que integram um sistema social, e estes participam do processo de manutenção e transformação dos padrões culturais.

Como já vimos, a cultura é dinâmica, e o contato com um ou vários agentes externos pode trazer mudanças de comportamento, de atitude, de leis, de processo produtivo, entre outros aspectos que constituem um grupo. O método de atuação, o tratamento com o grupo e sua produção são elementos que nortearão os resultados, e esses podem se apresentar de forma positiva ou negativa dentro do contexto social do grupo trabalhado. Por isso, existe a necessidade de se compreender a dimensão da atuação do profissional de designer diante de uma produção, de um indivíduo ou de um sistema, seja uma intervenção no plano da cultura popular ou não, e de que forma essa atuação gera impactos sociais, econômicos, individuais, entre outros.

Nessa atuação, a materialização do trabalho apresenta como resultado a execução de artefatos culturais. Quanto à relação do designer e do artesão com o produto artesanal, cabe aqui apresentar uma abordagem explicativa: Santaella (2003) alega que “Os artefatos ou objetos feitos pelo homem, as motivações e ações, a fala humana têm significado. Sem o conhecimento de seus significados, esses elementos culturais são incompreensíveis” (SANTAELLA, 2003, p.46). Ao concordar com o pensamento de Santaella (2003), afirmamos que a aceitação das informações tratadas pelo designer, junto à arte e ao ofício do artesão, deve fazer sentido e ser coerente à sua cultura de valores.

A proposta de projeto dessa pesquisa foi entregue ao Comitê de Ética em Pesquisa – CEP – com título provisório ‘Design e cultura: desenvolvimento do modelo de gestão IDeA aplicado à produção artesanal de artefatos’. Seguindo para análise ética no CEP da Universidade Federal de Pernambuco, localizado no Centro de Ciências da Saúde / UFPE-CCS, sendo aprovada e liberada para a execução da coleta dos dados.

Esta tese está dividida em seis seções, além da conclusão. Na seção inicial, trazemos a justificativa, os nossos objetivos e também o método adotado na pesquisa. Na seção 2, desenvolvemos uma abordagem sobre artesanato e design, começando com a explanação sobre ‘A produção artesanal na história do design’, com a finalidade de mostrar a importância das habilidades e técnicas desenvolvidas pelos artesãos na formação do desenho industrial; trazemos uma discussão sobre o ‘Artesanato no Brasil e suas classificações’, com a presença de algumas categorizações que norteiam os programas e as instituições que apoiam a produção artesanal, além de dados estatísticos sobre essa área produtiva; em seguida, apresentamos a ‘cultura popular a partir de teorias que discutem a forma de fazer, valor e legitimação’, que foram construídos e refletem até os dias atuais, além de práticas do cotidiano que envolvem a produção de artefatos na nossa cultura; e; completamos com discussões sobre design aplicado a produção artesanal, embasados em pesquisa bibliográfica. Na seção 3, trazemos teorias e discussões sobre ‘gestão’ e ‘gestão de design’; ‘gestão de serviços’; e, apresentamos um panorama de ‘atores que tratam de design e artesanato no Brasil’, com o objetivo de mapear os métodos utilizados. Na seção 4, fazemos a revisão de literatura, em que tratamos sobre ‘sustentabilidade e seus rebatimentos na intervenção de design no artesanato brasileiro’ apresentando conjecturas que envolvem design, consumo, desenvolvimento local, capital social e globalização, por serem temas apreendidos como primordiais para a discussão sobre produção de artefatos no mundo contemporâneo.

Na sequência, na seção 5, exibimos a ‘trajetória metodológica’ a qual adotamos na pesquisa exploratória, através da descrição de estudos de caso; conduzimos os dados da ‘Experiência Empírica’ para uma pesquisa qualitativa; descrevemos os quatro estudos de caso de intervenção de design e artesanato: ArteCupira, ASSOCIAPE, CAATINGA e Ilha de Deus, justificando a escolha entre um universo de mais de cinquenta grupos consultados, traçando em seguida uma Análise sobre essas intervenções de design. Na seção 6, formatamos o modelo de gestão, propriamente dito, apresentando dados construtivos, pesquisas de modelos existentes no Brasil, oferecendo um método de design e de gestão focado na produção artesanal, para colaborar com novos profissionais que pretendam

atuar na área do design e artesanato. Finalmente, na seção 7, temos as conclusões da pesquisa e a indicação de temas para o desenvolvimento de trabalhos futuros.

### **1.1. Justificativa**

Apresentamos uma discussão em torno da produção artesanal, presente em nosso cotidiano, ligada ao envolvimento com a área do design. Trazemos para este trabalho uma abordagem sobre objetos culturais e valores sociais que envolvem os produtores, os consumidores e as instituições que apoiam e promovem o desenvolvimento deste setor. Pesquisamos o envolvimento do design com o artesanato desde 1998; desde então, buscamos entender de que forma a ação do profissional de design pode fornecer ferramentas que contribuam efetivamente para a manutenção, a inclusão e o reconhecimento da produção de produtos feitos à mão.

No Brasil, dentre as diversas áreas de atuação de um designer de produto, está evidente a participação do design aplicado ao processo produtivo do artesanato. Pernambuco contribui, de forma significativa, para a relevância deste cenário de atuação. Cardoso (2008), em seu livro *Uma Introdução à História do Design*, nos assegura que “Design, arte e artesanato têm muito em comum e hoje, quando o design já atingiu uma certa maturidade institucional, muitos designers começam a perceber o valor de resgatar as antigas relações com o fazer manual” (CARDOSO, 2008, p. 21). Com isso, o designer se aproxima da produção artesanal, na tentativa de compreender e colaborar com o processo de fabricação e de comercialização de artefatos artesanais. Cardoso (2008), ao relacionar o designer no mercado global, compreende que, na contemporaneidade, as atuações, antes inimagináveis, também passaram por processos de mudança, ou diríamos atualizações, quando explica:

Ao contrário da situação relativamente estável de trinta anos atrás, quando os únicos clientes em potencial para o designer eram grandes empresas estatais ou multinacionais, existe hoje um mosaico de pequenas e microempresas, associações e sociedades comunitárias, organizações não governamentais, fundações e outras entidades que nunca estiveram tão ativas no cenário econômico nacional. (CARDOSO, 2008, p. 252).

Nesse contexto, consideramos a produção artesanal contemplada, por existirem grupos constituídos como microempresas, associações ou cooperativas, formalizadas ou não, que concordam em experimentar a troca de saberes através de cursos e

capacitações, promovidos por fundações, instituições governamentais e não governamentais, abrangendo o design. Incluímos o fazer artesanal como produto para análise, dentro de uma abordagem sobre sociedade, cultura e valores.

Entendemos que esta área de pesquisa é relevante, pois, de acordo com dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE, 2006), segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, existem cerca de nove milhões de pessoas que vivem do artesanato, chegando a movimentar 50 bilhões de reais por ano no Brasil. O setor de artesanato<sup>2</sup> corresponde a 2,8% do Produto Interno Bruto – PIB – brasileiro. Este dado nos mostra o quanto é relevante à produção artesanal para o País.

As regiões Norte e Nordeste não têm representatividade em relação à quantidade de indústrias do país e, conseqüentemente, a produção industrial e participação no PIB são baixas. A Confederação Nacional da Indústria – CNI – que é a representante da indústria brasileira, apresenta o Estado de São Paulo com 28,6% do PIB da indústria nacional. Para servir de referência comparativa, somando essa produção dos estados do Nordeste, Alagoas (0,5%), (Bahia (3,2%), Ceará (1,7%), Maranhão (1,0%), Paraíba (0,6%), Pernambuco (2,3%), Piauí (0,3%), Rio grande do Norte (0,9%) e Sergipe (0,7%), obtemos apenas 11,2% de toda a produção nacional. Dessa forma, o profissional da área de design fica limitado se pensar a sua atuação somente na indústria; ele deve pensar em setores da sociedade que estão mais próximos e que necessitam de consultoria, de prestação de serviços que contribuam na melhoria das suas produções. As micro e pequenas empresas, as associações e cooperativas que produzem artefatos são exemplos de um público real na nossa região.

A fabricação artesanal é um setor produtivo e nos fornece dados e reflexões, por exemplo, sobre questões de gênero, classe social, estratégias criativas de subsistência, manutenção da cultura, entre outras características pertencentes às relações sociais de um grupo, comunidade ou região, que não seriam possíveis de se entender apenas com o estudo da produção e consumo de produtos industrializados.

---

<sup>2</sup> O bordado é a atividade artesanal mais presente nos municípios brasileiros, encontrada em 75,4% deles, seguida das atividades com madeira (39,7%), artesanato com barro (21,5%) e artesanato com material reciclável (19,5%). O artesanato de material reciclável teve o maior crescimento entre os anos de 2005 e 2006 (17,0%), seguido pelo artesanato com fibras vegetais (13,0%). O bordado manteve uma estabilidade no período (0,3%). Mas a maioria das atividades sofreu um decréscimo entre 2005 e 2006. As principais quedas ocorreram no artesanato de renda (-29,0%), metal (-16,4%), pedras preciosas (-14,9%), tapeçaria (-14,5%) e pedras (-13,7%) (IBGE, 2007).

No desenvolvimento dessa pesquisa, pretendemos observar de que forma a atuação do designer, nas produções artesanais, colabora para a organização dessa produção, como também se há uma sistematização na forma de implementar as atividades voltadas à interface design e artesanato. Idealizamos que o público interessado em acessar essa pesquisa serão os profissionais da área de design, mas isso pode ser extrapolado, podendo evidenciar o interesse de profissionais não especializados, artesãos, associações, instituições financiadoras, acadêmicos, entre outros indivíduos.

## **1.2. Pressuposto da Pesquisa**

A produção artesanal é representativa no nordeste, e existem necessidades com as quais o designer pode contribuir para melhorar ainda mais o seu desenvolvimento.

Acreditamos que o desenvolvimento de um modelo de gestão em design, voltado para ações de intervenção junto a produções artesanais, pode contribuir e estimular resultados efetivos numa consultoria, principalmente se esse modelo propuser a participação ativa de todos os atores envolvidos.

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo geral**

O objetivo central da pesquisa é desenvolver um modelo de gestão de design, voltado para designers que pretendam atuar, como consultores, na promoção de melhorias de artefatos artesanais, junto a comunidades ou produtores artesanais.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar, no universo de instituições e profissionais que trabalham com design e artesanato, aqueles que utilizam modelo de gestão de design;

- Sintetizar em forma de roteiro de execução, as etapas de uma consultoria e o relacionamento desenvolvido entre os atores, para aplicação em intervenções de design e artesanato;

- Apresentar um método de design voltado para produção artesanal.

#### 1.4. Metodologia

Essa pesquisa busca a construção de ferramentas de design a partir de dados e observações de experiências empíricas, através do estudo e da interação com fenômenos sociais. Para organizar essa construção, e o desenvolvimento da investigação, se fez necessário um planejamento metodológico. Tratamos aqui de uma pesquisa exploratória, descritiva e qualitativa, em que o pesquisador participa de todo o processo de execução e interatua com os atores envolvidos.

Com a finalidade de traduzir as percepções e as experiências de indivíduos, de considerar aspectos subjetivos e de se amparar em interpretações, identificamos esta pesquisa como qualitativa, uma vez que não podemos reduzi-la à execução de números, dados e variáveis estatísticas (MINAYO,1996). Essa autora afirma que, na tentativa de entender a complexidade humana, pesquisas realizadas na área da sociologia compreensiva buscam compreender a realidade humana no contexto das relações sociais, através de estratégias opostas ao positivismo<sup>3</sup>, dessa forma:

essa corrente não se preocupa de quantificar, mas de lograr explicar os meandros das relações sociais consideradas essência e resultado da atividade humana criadora, afetiva e racional, que pode ser apreendida através do cotidiano, da vivência, e da explicação do senso comum. (MINAYO, 1996, p. 11)

Partindo do pressuposto de que existe uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, entre o sujeito e o objeto, Chizzotti (2006) afirma que há “um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito” (Idem, p. 79). Por isso, o conhecimento não deve reduzir-se a dados isolados, separados e ilustrados apenas por uma teoria, na qual o pesquisador é um ator passivo, não interage e trabalha

---

<sup>3</sup> Nos séculos XVII, XVIII e XIX florescem as ciências positivas nas quais se valorizam os objetivos mensuráveis e quantificáveis, quando as ciências sociais chegam a dominar o mundo, de maneira que o saber científico se valoriza acima de qualquer outra forma de conhecimento. Esse saber é considerado, em suma, confiável, objetivo e independente das motivações ou crenças das pessoas que o procuram e sustentam (PIMENTA, 2006, p. 71). A medida do verdadeiro em pesquisas do âmbito social não é a mesma do verdadeiro das ciências naturais. Nesta, “considera-se que um conhecimento é válido se, repetindo a experiência tantas vezes quanto necessário e nas mesmas condições, chega-se aos mesmos resultados” (LAVILLE, 1999, p 35), tendo suas medidas passíveis de serem quantificadas. Mas já para as ciências humanas, o número e a complexidade dos fatores tornam difíceis as definições de exatidão. O verdadeiro passa então a ser relativo ou provisório. “O positivismo mostrou-se, portanto, rapidamente enfraquecido, quando se desejou aplicá-lo no domínio do humano” (Idem, p 35).

de forma distante; na verdade, o pesquisador tem um papel essencial na pesquisa qualitativa, uma vez que:

o sujeito-observador é parte integrante do processo de conhecimento e interpreta os fenômenos, atribuindo-lhes um significado. O objeto não é um dado inerte e neutro; está possuído de significado e relações que sujeitos concretos criam em suas ações. (CHIZZOTTI, 2006, p. 79)

Por se tratar de uma pesquisa que aborda experiências a partir de situações contemporâneas, de base empírica, e tem o interesse em entender fenômenos vivenciados em grupos produtivos, adotamos o estudo de caso como método de pesquisa. Optamos por fazer a descrição de quatro estudos de caso para enriquecer a discussão e a análise dos dados. Com essa descrição dos casos e, também, com as respostas das entrevistas semiestruturadas, esperamos identificar elementos que forneçam informações para o desenvolvimento do modelo de gestão do design.

O autor Yin (2010) apresenta quatro possíveis estruturas de relatos para o estudo de caso. A maneira como esse relato será produzido e apresentado é importante, para que o leitor consiga entender o contexto e tirar suas conclusões em relação à pesquisa. As formas possíveis indicadas são: uma narrativa que descreve e analisa um único caso; narrativas múltiplas contendo múltiplos casos; perguntas e respostas sobre um estudo de caso único ou múltiplo e, por fim, a descrição de casos múltiplos, contendo uma análise entre os casos. Definimos descrever múltiplos casos acerca do mesmo tema, que trata sobre intervenção de design em comunidades produtoras de artesanato, para originar a coleta de situações distintas referentes às ações pesquisadas e, dessa forma, garantir um maior número de dados e de respostas que contribuirão para o desenvolvimento do modelo de gestão proposto.

Na primeira etapa metodológica, realizamos um levantamento de referências bibliográficas, para analisarmos alguns conceitos teóricos, a partir dos temas que deram aporte à pesquisa empírica, como gestão, desenvolvimento local, produção artesanal, design e sustentabilidade. Para obtenção dos dados da pesquisa, além da participação do pesquisador nas ações, realizamos visitas às comunidades trabalhadas, aos representantes de instituições, a artesãos individuais, a eventos, e aproveitamos para trocar ideias e aplicar as entrevistas semiestruturadas. Esse contato direto aconteceu de forma espontânea e facilitou a compreensão das falas na etapa das análises. Nesta atividade utilizamos a gravação em áudio, que segundo Richardson (1999), trata-se de

um recurso que contribui para a confiabilidade dos dados. O resultado desse levantamento, a análise dos dados, as discussões e percepções sobre os aspectos mais relevantes da pesquisa foram imprescindíveis para a construção desse trabalho.

## **2. DESIGN E ARTESANATO**

Nesta seção, exibimos quatro discussões que contribuem para formação das ideias e reafirmam a relevância do estudo sobre o tema aqui exposto. Iniciamos o desenvolvimento apresentando ‘A produção artesanal na história do design’; em seguida, trazemos alguns dados atuais sobre o ‘Artesanato no Brasil e suas classificações’; depois dissertamos sobre a ‘Cultura popular: teorias que discutem a forma de fazer, valor e legitimação’ de forma a explicitar as influências que configuraram a produção artesanal e suas características que permanecem até hoje no imaginário nacional, justificamos também tal produção como uma habilidade humana e presente no cotidiano; finalizamos essa seção a partir das ‘Discussões sobre a relação entre produção artesanal e design’ com uma abordagem a partir de pesquisa de teses, dissertações e artigos acadêmicos.

### **2.1. A produção artesanal na história do design**

A produção artesanal é tema estudado por diversas áreas do ensino e da pesquisa, na história, na antropologia, na sociologia, e não poderia deixar de ser, também no campo do design, principalmente quando entram na discussão as transformações ocorridas a partir das modificações nos processos de produção, das consequências nas relações sociais e culturais incentivadas por essas mudanças. Seja para descrever seus usos, soluções, processos, materiais ou simbologia, ou para confrontá-la com a produção industrial, o que compreendemos é que se trata de um tema relevante sobretudo quanto à abordagem dos artefatos criados pelo homem para promover suas experiências e facilitar sua existência. A história do design nos apresenta o artesão como um dos atores essenciais na produção de artefatos, e retrata sua especialidade numa época em que utensílios e móveis eram fabricados manualmente, principalmente antes da Revolução Industrial, durante e depois da instalação da maquinofatura. No período que antecede à Revolução Industrial, a produção artesanal requeria habilidades e técnicas relacionadas apenas a um indivíduo, o que resultava numa fabricação de pequena escala, com custos altos dos produtos, o que não tornava a produção acessível a todas as classes sociais.

A euforia dos países europeus, advinda da implementação da maquinofatura, estava presente já em meados do século XIX. Segundo Cardoso (2008), a Inglaterra era responsável pela maior parte da produção de tecidos de algodão na Europa, e isso lhe dá a importância histórica de ter sido o *locus* pioneiro da primeira Revolução Industrial. Vários países começam a investir na ampliação das suas fábricas, na aquisição de máquinas, na ampliação da produção e na contratação de pessoas; Ainda segundo Cardoso (2008), nesse momento, inclusive, começam a surgir profissionais que se denominavam designers. A divisão das tarefas surge nesse cenário, e absorve um contingente de indivíduos que, não necessariamente, precisavam ter as especialidades de um artesão, transformando, assim, o modo como o processo de produção era empregado. O designer era agora responsável pelo projeto e a fabricação ficava a cargo de outros trabalhadores.

Com a ampliação da produção, todas as classes sociais passam a ter poder de compra; peças e produtos, que antes eram consumidos apenas por famílias nobres, agora circulavam entre indivíduos de qualquer posição social. A crescente oferta de emprego, nos centros urbanos europeus, convida um grande número de indivíduos e famílias a migrarem para os centros - pessoas que antes viviam em cidades menores, nos interiores e nas zonas rurais, e que vislumbravam a busca por trabalho e por oportunidades; esse movimento causa um aumento significativo das populações nas grandes capitais. Outro aspecto resultante desse novo processo de produção, a partir do uso das máquinas, é a expansão e integração do mercado, que hoje chamamos de globalização. A Revolução Industrial gera consequências na sociedade, surgem temas relevantes abordados e discutidos por vários autores da história geral e da história do design, como em outras áreas: questões sobre jornada e relações trabalhistas, remuneração, qualidade de vida, consumo, lazer, qualidade do produto, distinção entre produtos populares e produtos de luxo, cópia na fabricação de artefatos, a valorização e a desvalorização de alguns profissionais, entre outras demandas. Nesse contexto, a figura do design começa a aparecer e a ser valorizada.

Um dos principais aspectos para a industrialização, além do uso contínuo de máquinas, das ampliações das fábricas e do aumento na escala de produção, é a forma de organização da produção: não mais centralizada em um indivíduo, a divisão de tarefas está claramente presente e também a distinção entre planejamento e execução dos artefatos. As mudanças sociais, econômicas, políticas e culturais decorrentes dessa industrialização não aconteceram de maneira passiva; houve resistência, negação,

insatisfação, ligada ao uso das máquinas e de todo processo de produção provocado. A dimensão humana estava sendo deixada de lado, a produção de artefatos era o principal interesse dos países que investiam na industrialização. Em relação ao produto, uma das questões primordiais, nesse sentido, foi a apresentação de peças feitas a partir da máquina com baixa qualidade, o que promoveu intensas discussões entre artistas, intelectuais, arquitetos e artesãos, resultando na criação de grupos e associações de profissionais que prezavam por uma produção racional, simples, de qualidade, de tradição, com uma estética autêntica, como as peças produzidas artesanalmente.

Apesar da grande expectativa com a mecanização na produção, esse processo demorou a atingir todas as fábricas por igual. Vários registros históricos mostram que, apesar desse novo modelo de produção, da padronização, os acabamentos de alguns produtos continuavam sendo feitos manualmente: nas máquinas de costura da Singer, por exemplo, havia decorações pintadas à mão; as cadeiras do marceneiro alemão Michael Thonet (1830) eram montadas manualmente, e recebiam acabamentos decorativos finais.

Num período em que a industrialização provoca rupturas e impulsiona mudanças sociais e morais no cotidiano das pessoas, surge uma corrente de profissionais e artistas que enxergam o design como uma solução para os problemas do processo produtivo, de configuração estética e de qualidade da produção de artefatos. O inglês John Ruskin (1819 – 1900), além de se preocupar com aspectos da produção da época, percebe que estar próximo de cooperativas e de sindicatos era importante para promover mudanças no sistema produtivo; ele percebe que o bem-estar do trabalhador precisava fazer parte desse novo modo de produzir, ou seja, o fator humano esquecido pela mecanização provocava muitos problemas e desafios para a sociedade. Ruskin, também, já chamava atenção para questões ambientais, o uso extensivo de materiais, a destruição dos recursos naturais, o descarte, eram aspectos que, na expectativa do desenvolvimento industrial, não foram levados em consideração. O escritor e designer William Morris (1834 – 1896) compartilhava das ideias de John Ruskin e, através das suas produções e críticas, apresentou como era possível a integração da fabricação artesanal com a mecânica, de maneira a agregar valores primordiais no processo de produção. Eles viam o artesanato como uma rica fonte de referência para essa produção, e tinham uma preocupação com o desenvolvimento social e suas relações.

William Morris produziu muitas peças decorativas e utilitárias, entre elas: mobiliários, papéis de parede, tapetes, tecidos, além de ter criado diversas tipografias e

livros. Em 1881 abre a Morris & Co., com o objetivo de promover, através de uma produção tradicional, peças modernas, elegantes e de qualidade. Sua empresa tinha um perfil diferenciado para a época: era responsável por todo o processo, da criação, passando pela fabricação, distribuição e divulgação dos produtos. Com uma produção modesta, prezava pelo material, pelas técnicas de fabricação e pelos acabamentos, utilizava a mecanização de oficinas e também o trabalho feito pelos artesãos. Os ideais de Morris acabaram influenciando várias oficinas da Grã-Bretanha e integra o que se conhece hoje como movimento Arts and Crafts (Artes e Ofícios). Esse movimento priorizava a fabricação de peças com qualidade, refletida na preocupação com os materiais, acabamentos e domínio das técnicas, a produção de escala reduzida, fosse artesanal ou semi-industrial, a proximidade entre trabalhadores e patrões e, também, a integração entre quem projetava e quem produzia. Dessa forma, o Arts and Crafts não era contra a mecanização; a sua resposta para os problemas relacionados aos produtos industrializados era a redução na produção de artefatos em grande escala, e o investimento na alta qualidade.

Na metade do século XIX, o movimento Arts and Crafts repercute em toda a Europa e Estados Unidos. Nessa época, de acordo com Cardoso (2008), no Brasil, a preocupação era com a produção agrícola e a escassez de trabalhadores, muito mais do que com a industrialização e, por isso, o movimento Arts and Crafts não provocou conflitos em nosso país. No entanto, é nesse período que o Liceu de Artes e Ofícios é fundado, e é também ofertado o ensino do Desenho Industrial na Academia Imperial de Belas Artes.

No fim do século XIX e início do século XX surge o Art Nouveau, que é reconhecido por vários estudiosos como um dos primeiros movimentos de design. Nessa época, existia certa ansiedade para se ter um estilo que representasse o cenário em curso, que expressasse a modernidade. Junto com a industrialização, novos materiais e processos vão surgindo, e tornando-se acessíveis para muitos arquitetos, designers, artistas e artesãos, dando origem, assim, a várias criações ecléticas que misturam tendências com temas considerados modernos, mas com influência no passado. O uso de temas ornamentais, motivos florais, linhas e curvas sinuosas, assimétricas, e da imagem feminina, estão presentes em construções arquitetônicas, peças decorativas, mobiliários, produções gráficas e nas artes plásticas. O movimento Art Nouveau estava vinculado à ideia de prosperidade, à produção de artigos de luxo, utilizava materiais nobres, como metal, madeira, vidros e tecidos refinados, trazendo temas que, de certa

forma, tentavam humanizar a produção mecânica. Os principais representantes desse movimento são: Victor Horta e Henry Van de Velde da Bélgica, Antonio Gaudí da Espanha, René Lalique, Hector Guimard e Emile Gallé da França, Gustav Klimt na Áustria, Louis Comfort Tiffany nos Estados Unidos. Com a evolução dos novos recursos também na área das impressões, como a fotogravura, e da produção de papéis, a criação de cartazes, livros, jornais e revistas ampliam bastante e ajudam a disseminar o estilo decorativo do Art Nouveau.

Considerado um estilo moderno, o Art Déco decorre na sequência do movimento Art Nouveau, no início do século XX. Apresenta materiais, cores e acabamentos muito próximos. A grande diferença entre esses dois movimentos, e principal característica do Art Déco, é o uso do tema geométrico, de planos sobrepostos, com uma estética menos ornamental, privilegiando a aerodinâmica, padrões abstratos e inspirados em diversas culturas antigas, como a Grécia e o Egito. Utiliza materiais como o bronze, o marfim, o vidro colorido e o ébano. Trata-se de um movimento que atinge a grande massa, divulgado pela cultura cinematográfica, na arquitetura, nos mobiliários, nos objetos decorativos e, é claro, nas artes gráficas como em revistas, cartazes, postais e livros. Com o discurso de modernidade, o público jovem feminino, conhecido como “melindrosas”, começa a buscar um estilo próprio, com a finalidade de acompanhar essa nova linguagem moderna cortando, por exemplo, os cabelos em mechas curtas e utilizando chapéus ou boinas. A designer Coco Chanel, por sua vez, criou um visual para acompanhar o modo de vida moderno, que estimulava uma nova postura também para as mulheres. A moda nas pessoas e nas residências passa a ser observada e a servir como fator de distinção social.

O Art Déco chegou ao Brasil, já no fim da década de 1920, e ganhou força entre vários artistas e arquitetos. Temos nos grandes centros e nas cidades do interior várias construções nesse estilo, sejam em residências, prédios públicos e, principalmente, nos cinemas. Um dos principais nomes do Modernismo no Brasil, o escultor Victor Brecheret, foi o artista que mais recebeu influência do Art Déco. Exemplos de construções arquitetônicas no Brasil: Elevador Lacerda (Salvador), Teatro Carlos Gomes (Rio de Janeiro), Biblioteca Municipal Félix Araújo (Campina Grande), Viaduto de Chá (São Paulo), Central do Brasil (Rio de Janeiro), Palacete da Ilha Fiscal (Rio de Janeiro), Estádio do Pacaembu (São Paulo) e Estação Ferroviária de Goiânia.

Como já afirmamos antes, todo o processo de mudança estimulado, pelo discurso da era moderna, não aconteceu de maneira passiva. No início do século XX, a Europa já

tinha países consolidados como grandes potências industriais e comerciais. Questões de classe sociais eram fortemente discutidas; se por um lado tinha-se uma elite bem sucedida, por outro se instalava uma classe menos privilegiada, que passa a exigir mudanças, direitos trabalhistas, direitos humanitários, fazendo surgir daí ideologias e partidos políticos como, por exemplo, discursos comunistas, anarquistas, socialistas, movimentos como o das sufragistas, a criação do Partido dos Trabalhadores na Grã-Bretanha, entre outras instituições, manifestações e inquietações. A concorrência entre os países industrializados Europeus e também dos Estados Unidos aumenta, a luta pela expansão de mercado está presente, o clima de guerra entre tais países torna-se uma realidade. Nesse contexto, o patriotismo vem com toda força, e isso impulsiona a produção industrial e a criação de produtos com de estilo e identidade nacionais. Assim, em 1907 surge na Alemanha uma associação, a Deutscher Werkbund (Confederação Alemã do Trabalho), que era constituída por empresários, políticos, artistas, artesãos, arquitetos e designers, com o propósito de fortalecer a identidade nacional através da promoção do design, ou seja, o design assumia um papel importante na construção das identidades nacionalistas nesse período. A estratégia, por motivação econômica, era melhorar a produção para ampliação de mercado, para exportação. Essa associação tinha como principais propostas: o estímulo à cooperação e integração entre áreas distintas, como arte, indústria e ofícios artesanais, e a criação de um modelo estético que promovesse a cultura alemã e sua divulgação no mercado mundial. Os integrantes da Werkbund queriam promover uma reforma social e cultural através do desenvolvimento da indústria, propondo um padrão na produção e no estilo dos produtos alemães. No entanto, entre os próprios integrantes havia contradições e posturas distintas em relação à posição política, a questões sociais e ideológicas. O período da primeira guerra mundial interfere nas atividades dessa associação, que começa a perder intensidade e enfraquece suas articulações; no entanto, a Deutscher Werkbund se encerra apenas em 1934; mesmo assim, tornou-se uma proposta copiada em outros países da Europa.

Mesmo tendo enfrentado a Primeira Guerra Mundial, a Alemanha continuava sendo uma das líderes industriais da Europa, e, num cenário em que o trabalho sistemático, mecânico, e a produção industrial estavam reconhecidos, em pleno desenvolvimento, e com o discurso nacionalista intensificado, surge a Bauhaus, uma escola direcionada à arquitetura, às artes plásticas e ao design, com uma proposta de ensino inspirada, inicialmente, nas Artes e Ofícios, e numa perspectiva de valorização da arte na vida cotidiana, da produção de artefatos com o intuito de melhorar a sociedade e de

universalizar os produtos. Num movimento contrário ao discurso e aos valores da época, o corpo docente da Escola Superior de Belas-Artes, em Weimar/Alemanha, sugeria uma reestruturação e a criação de um departamento de arquitetura e artesanato. Walter Gropius foi um dos fundadores da Bauhaus, e já como diretor em 1919, divulgou num manifesto o programa e os objetivos dessa escola, no qual indicava que “artistas e artesãos deveriam criar a estrutura do futuro” (DROSTE, 2006, p. 17). O artesanato foi reconhecido como fundamental para a educação artística, e o ensino nesta escola passou a ser ministrado por Mestres da Forma e Mestres artesãos. As críticas, a desconfiança política e a repercussão, em torno das questões levantadas e sugeridas na Bauhaus, foram tão fortes que essa escola teve que passar por mudanças de localidade três vezes, até ser fechada pelos nazistas, em 1933. O corpo docente era formado por profissionais como: Johannes Itten, Paul Klee, Wassily Kandinsky, Marcel Breuer, Oskar Schlemmer, Josef Albers e Le Corbusier, entre outros arquitetos, pintores, fotógrafos, escritores. A Bauhaus teve também três diretores, sendo eles: Walter Gropius, Hannes Meyer e Ludwig Mies van der Rohe. Cada professor e diretor tinha a sua especificidade de área, ideologias e métodos de ensino. A lista de materiais que eram trabalhados e experimentados em aulas e nos ateliês da Bauhaus é extensa, entre eles podemos citar: argila para técnicas de cerâmica, metal, linhas e fios para tecelagem, madeira para mobiliários, vidros para vitrais e luminárias, tintas para pinturas, papéis, couro e peças tubulares.

Conforme Cardoso (2008), existe uma tendência em vários autores que tratam sobre a Bauhaus de tentar mapear, indicar um padrão, uma norma estética desenvolvida por estudantes e professores da Bauhaus; no entanto, essa não era a proposta inicial dos seus pensadores e fundadores. Para os principais idealizadores, a proposta era uma estética livre, a valorização da forma e da função diante de uma produção que todos tivessem acesso. O que estimulava esse grupo era a:

possibilidade de fazer uso da arquitetura e do design para construir uma sociedade melhor, mais livre, mais justa e plenamente internacional, sem conflitos de nacionalidade e raça que então dominavam o cenário político. (CARDOSO, 2008, p. 135)

De acordo com Cardoso (2008), essas ideias pregadas pelos idealizadores não agradavam às instituições que investiam na produção da Bauhaus. A parceria com a indústria existiu, mas havia também um investimento estatal e a escola surge num período pós-guerra em que os países industrializados europeus disputavam mercados

consumidores mundiais e matérias primas, ou seja, os ideais pregados não correspondiam aos interesses do governo e isso gerou grandes problemas para a direção da Bauhaus. Contudo, foi ampla a concepção e fabricação de mobiliários, peças utilitárias e decorativas no período da sua existência, pois a Bauhaus permaneceu funcionando durante catorze anos.

Vale ressaltar que todos esses movimentos foram explorados e refletidos não apenas nas áreas da arquitetura, artes plásticas e design, mas também na literatura, no teatro, na dança e na música, pois se tratavam de manifestações artísticas que envolviam vários atores da sociedade, artistas, escritores, pensadores, produtores e críticos.

## **2.2. Artesanato no Brasil e suas classificações**

A partir do contato com diversas produções artesanais, verificamos que existe uma diferenciação no modo de classificar tais fabricações. Algumas instituições que apoiam o artesanato, como o Programa do Artesanato Brasileiro - PAB - e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, têm essa classificação de forma sistematizada.

No ano de 2010, o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, através da Secretaria de Comércio e Serviços, publica, no Diário Oficial da União do mês de outubro, a portaria nº 29, que traz todas as informações e conceituações sobre o artesanato brasileiro, em forma de glossário (ver no anexo). A finalidade dessa portaria foi a de concentrar as informações sobre esse setor, e viabilizar o cadastro nacional integrado dos artesãos no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro - SICAB. Nesse documento, podemos encontrar os conceitos básicos do artesanato, as formas de organização da produção e dos grupos produtores, as tipologias dos materiais e a classificação do artesanato. Segundo o MDIC (2010) os dados gerados no SICAB contribuem para a definição de políticas públicas e o planejamento de ações de fomento para o setor. Já em março de 2012, uma nova portaria, a de nº 8, apresenta um complemento sobre as informações da produção artesanal; nessa portaria, o objetivo é apresentar e definir as técnicas artesanais, também com o intuito de facilitar o cadastramento dos artesãos junto às instituições que incentivam e apoiam esse setor. Nesse documento, é definida a diferença entre o artesão e o trabalhador manual.

Todas essas informações do SICAB norteiam representantes e coordenações de instituições que apoiam a produção artesanal, além de orientar a seleção de indivíduos

ou de grupos produtores em grandes eventos nacionais e centros de vendas, pois trazem elementos relacionados às tipologias e às classificações do artesanato, que definem as participações em projetos, em feiras, em lojas, nas exportações, além de integrar os dados nas estatísticas nacionais. Dessa forma, tomamos como referência para nossa pesquisa as definições e classificações contidas nessas portarias. A seguir trazemos a classificação e descrição do artesanato no Brasil segundo o PAB e o MDIC (2010):

Tabela 01- Classificação do Artesanato no Brasil

<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
1º ARTESANATO INDÍGENA	Resultado do trabalho produzido no seio de comunidades e etnias indígenas, onde se identifica o valor de uso, a relação social e cultural da comunidade. Os produtos, em sua maioria, são resultantes de trabalhos coletivos, incorporados ao cotidiano da vida tribal.
2º ARTESANATOS DE RECICLAGEM	É o resultado do trabalho produzido a partir da utilização de matéria-prima que é reutilizada. A produção do artesanato de reciclagem contribui para a diminuição da extração de recursos naturais, além de desenvolver a conscientização dos cidadãos a respeito do destino de materiais que se destinariam ao lixo.
3º ARTESANATO TRADICIONAL	Conjunto de artefatos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições e incorporados à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes. A produção, geralmente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração.
4º ARTESANATO DE REFERÊNCIA CULTURAL	Sua principal característica é o resgate ou releitura de elementos culturais tradicionais da região onde é produzido. Os produtos, em geral, são resultantes de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e otimizar custos, preservando os traços culturais com o objetivo de adaptá-lo às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da atividade.
5º ARTESANATO CONTEMPORÂNEO-CONCEITUAL	Objetos resultantes de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou afinidade cultural. A inovação é o elemento principal que distingue este artesanato das demais classificações. Nesta classificação existe uma afirmação sobre estilos de vida e valores.

6º ARTE POPULAR	Conjunto de atividades poéticas, musicais, plásticas, dentre outras expressivas que configuram o modo de ser e de viver do povo de um lugar. A arte popular diferencia-se do artesanato a partir do propósito de ambas atividades. Enquanto o artista popular tem profundo compromisso com a originalidade, para o artesão essa é uma situação meramente eventual.
-----------------	--

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2010.

Além da classificação e descrição anteriores, é importante para essa pesquisa trazer as definições sobre as técnicas artesanais que distinguem artesanato e trabalho manual; tal distinção contribuirá para compreensão do público, das produções e das ações nesse setor das quais essas técnicas estiveram presentes. No DOU, artigo 4º da portaria nº 29, o artesanato é definido como:

toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e identidade cultural), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios. (DOU, 2010, p. 100)

A mesma portaria traz outras definições, mas destacamos o artigo 6º, que determina os trabalhos manuais:

Apesar de exigir destreza e habilidade, a matéria-prima não passa por transformação. Em geral são utilizados moldes pré-definidos e materiais industrializados. As técnicas são aprendidas em cursos rápidos oferecidos por entidades assistenciais ou fabricantes de linhas, tintas e insumos. (DOU, 2010, p. 100)

Essas definições foram adotadas nesta pesquisa, e nortearam as classificações, quando necessitamos distinguir as produções referenciadas. Na sequência, apresentamos algumas imagens relacionadas a essas classificações.

Figura 1 - Artesanato – Brinquedos produzidos em flandres e madeira



Fonte: a autora

Figura 2 - Artesanato - Cestos de capim dourado d de Mateiros/ TO



Fonte: a autora

Figura 3 – Artesanato tradicional - Tapeçaria da cidade de Lagoa do Carro/PE



Fonte: a autora

Figura 4 - Artesanato tradicional - Flor de renda renascença da cidade de Jataúba/PE



Fonte: a autora

Figura 5 – Arte popular – Personagens do Mestre Galdino, Alto do Moura, cidade de Caruaru/PE



Fonte: a autora

Figura 6 - Artesanato tradicional – Personagens do cotidiano inspirados na obra do Mestre Vitalino, Alto do Moura, cidade de Caruaru/PE



Fonte: a autora

Figura 7 - Trabalho Manual – Imagem registrada no encerramento das Olimpíadas 2016, fazendo referencia as rendeiras da cultura nordestina brasileira



Fonte: a autora

Figura 8 - Artesanato – Imagem registrada no encerramento das Olimpíadas 2016, fazendo referencia ao Mestre Vitalino



Fonte: a autora

Figura 9 - Artesanato Indígena – Escultura Karajá da Ilha do Bananal/TO



Fonte: a autora

Figura 10 - Artesanato – Potes feitos com argila da cidade de Tracunhaém/PE



Fonte: a autora

O SEBRAE é uma das instituições do Brasil que oferece apoio à produção artesanal e, por isso, realizou em 2013 uma pesquisa sobre os empreendedores brasileiros, na qual traçou o perfil do artesão. Esse levantamento apresenta informações sobre gênero, escolaridade, faixa etária, carga horária diária e local de trabalho, recursos e matéria prima, atividades que os artesãos exercem, além de outros pontos importantes para a obtenção desses dados<sup>4</sup>. A realização dessa investigação utilizou uma metodologia que priorizou dados quantitativos, a partir da aplicação de um questionário elaborado pelo SEBRAE. As entrevistas foram aplicadas em todo território nacional, com a participação de 1.301 artesãos, dos quais 72% afirmaram ter mais de 10 anos na

<sup>4</sup> Para mais detalhes sobre a pesquisa acessar <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/> que disponibiliza o resultado na íntegra.

profissão de artesão. Em relação à faixa etária, mais da metade desse público tinha idade acima dos 50 anos (53%), 37% entre 35 e 49 anos de idade e 10% com idade entre 18 e 34 anos. Desse universo pesquisado, 60% afirmaram que a produção artesanal é a principal fonte de renda; além disso, 77% asseguraram que o local de sua produção é na própria residência. Outro aspecto levantado foi em relação à carga horária de trabalho, e 50% admitiram trabalhar mais de sete horas por dia. Quanto à escolaridade, o resultado da pesquisa mostra que 51% dos artesãos possui o ensino de nível médio, 20% o ensino fundamental, 22% o ensino superior e 6% possui pós-graduação. A remuneração mensal está distribuída com 40% recebendo de 1 a 3 salários mínimos, 34% menos de um salário mínimo, 21% de 3 a 9 salários mínimos e 5% mais de 9 salários mínimos (SEBRAE, 2013, p.6).

O perfil dos artesãos, traçado nessa pesquisa, apresenta que a maior parte dos profissionais que produzem artesanato são mulheres, com idade acima dos 40 anos, e que têm a atividade como fundamental para geração de renda. Outra característica apontada é o envelhecimento desse profissional, ou seja, mostra que os jovens não têm interesse nesse tipo de produção. A informalidade também circunda a atividade: 60% dos artesãos não possuem CNPJ. A maior parte dos negócios, 58%, continua sendo concretizada pessoalmente, na propaganda conhecida como “boca a boca”; em seguida aparecem 24% que utilizam algum canal pela internet, 5% através de catálogos, 5% feiras/ exposições/eventos e 8% por outras formas (SEBRAE, 2013, p.84).

Quando os artesãos foram questionados sobre a participação em cursos ou consultorias voltados para o artesanato, 68% responderam que já haviam participado e 32% responderam que não. Em relação aos problemas detectados com a produção artesanal, 29% afirmaram que a comercialização dos produtos é o problema mais crítico. Ao serem questionados sobre em quais áreas sentem necessidade de capacitação, a resposta foi na seguinte ordem: financeiro e crédito; produção, material e design; administração, gerenciamento e vendas; qualidade; divulgação e comunicação; e, por último, embalagem (SEBRAE, 2013, p.44). O perfil apresentado nessa pesquisa é importante para os designers, porque traz informações sobre o artesão, sobre as suas necessidades na criação do produto, na gestão da produção, nas estratégias de mercado, entre outras, que são áreas possíveis de serem trabalhadas numa consultoria de design.

Com o objetivo de estimular o desenvolvimento da produção nacional, existem as políticas públicas, que são esboçadas a partir de demandas de interesse público, que norteiam as diretrizes para implementação de programas e projetos nas esferas Federal,

Estadual e Municipal, além de instituições privadas. O artesanato também dispõe de políticas públicas, que promovem a preservação e o fortalecimento do setor. Nos anos sessentas, o Nordeste se destacou pela grande quantidade e variedade de produtores artesanais. Segundo Andrade (2015), através da SUDENE, foram planejadas ações para tratar da organização da produção artesanal, do mapeamento das tipologias e matérias-primas, da criação de uma sociedade de economia mista, a Artesanato do Nordeste S.A – ARTENE, da realização de capacitações técnicas, do estímulo à formalização da produção, a partir da criação de associações e cooperativas, de convênios com fundações e museus, da realização de exposições, ou seja, de atividades vinculadas à promoção do artesanato.

As ações da SUDENE com foco no artesanato perdem força no governo militar, que, segundo depoimentos, via nas associações e cooperativas um viés socialista, comandadas por dirigentes ou assessoradas por técnicos comunistas. A ARTENE passa a funcionar apenas como loja, e as ações passam a ser responsabilidade dos estados. Em Pernambuco, foi criada uma associação que assumiu a comercialização instalada na Casa da Cultura. (ANDRADE, 2015, p.49)

Na década de setenta, em plena ditadura, o pernambucano Aloísio Magalhães foi responsável pela idealização e criação do Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), que tratava sobre as produções e transformações culturais e, também, a respeito da preservação do patrimônio, incluindo o artesanato como bem material e imaterial, realizando mapeamento da produção e estimulando a preservação das técnicas e dos saberes popular.

Atualmente, o PAB é o responsável pelo desenvolvimento de políticas públicas de apoio ao artesanato, sendo gerenciado pelo Núcleo de Apoio ao Artesanato, ligado a Secretaria de Competitividade e Gestão (SECOMP) e à Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República (SMPE/PR). Esse programa conta com o apoio de todas as esferas do governo, e de instituições privadas. Existem as Coordenações Estaduais do Artesanato em todo território nacional. O principal enfoque das ações está vinculado à profissionalização dos artesãos e das organizações representativas do setor, e à comercialização dos produtos artesanais. Dentre as ações, destacamos: o apoio a feiras e eventos para comercialização de produtos, a realização de cursos e capacitação para os artesãos, a concepção de instrumentos que determinam os conceitos referentes à

produção artesanal e a criação do Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro – SICAB. (SMPE, 2015)

O PAB foi instituído com a finalidade de coordenar e desenvolver atividades que visam valorizar o artesão brasileiro, elevando o seu nível cultural, profissional, social e econômico, bem como, desenvolver e promover o artesanato e a empresa artesanal, no entendimento de que artesanato é empreendedorismo. (SMPE, 2015)

Com muitas ações articuladas ao PAB, o SEBRAE tem, através do Programa SEBRAE de Artesanato, a produção artesanal como prioridade em sua atuação, possuindo sedes em todos os estados brasileiros. Tem a missão de “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas, junto ao seu atual Direcionamento Estratégico, definem a amplitude da sua atuação no setor artesanal” (MASCÊNE, 2010, P.10). Essa promoção acontece através da oferta de capacitações nas áreas técnica, financeira, jurídica, de inovação tecnológica e de comércio. Essa instituição trabalha na divulgação das categorias da produção artesanal e sua valorização, agencia intercâmbios entre produtores, acesso ao mercado, participação em feiras e eventos, e investe na regulamentação da atividade artesanal.

Idealizado pela antropóloga Ruth Cardoso, a ArteSol – Artesanato Solidário – foi concebida em 1998, como um programa social de combate à pobreza em regiões menos favorecidas e com problemas causados pela seca, tendo realizado no ano de fundação 120 projetos (ARTESOL, 2016). Tornou-se OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) em 2002. Suas ações são voltadas para gerar a autonomia das artesãs e dos artesãos possuidores de saberes tradicionais e que estão localizados em lugares precários, de baixa renda, com o objetivo de promover o desenvolvimento cultural, social e econômico de suas comunidades. Atuou em dezessete estados brasileiros.

Integrado ao Programa Mais Cultura, do Ministério da Cultura, o Programa de Promoção do Artesanato de Tradição Cultural (PROMOART) apoia grupos produtores de artesanato tradicionais, com foco no desenvolvimento desse setor. Conta com a gestão conceitual e metodológica do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP)/Departamento de Patrimônio Imaterial/Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) (PROMOART, 2016). Envolve 65 polos no país, com o propósito de desenvolver uma política nacional para o artesanato. São realizados diagnósticos em cada polo e, a partir das necessidades locais, constrói-se um

plano de trabalho junto aos técnicos e artesãos. As ações buscam promover a valorização cultural e a sustentabilidade econômica e social do artesanato.

Além desses programas mencionados, temos atualmente várias instituições e institutos que apoiam a produção artesanal através dos seus programas sociais. A PETROBRÁS promove seleções públicas de projetos culturais, ambientais, sociais e esportivos. Tem como princípio contatar iniciativas que transformam a realidade de um local. Até o ano de 2012 destinou R\$ 380,70 milhões para as seleções públicas do Petrobras Cultural. Este recurso foi repassado através de 91 seleções públicas lançadas em oito edições do programa. Instituições financeiras como Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil, também agenciam patrocínios voltados à produção cultural. O Banco do Brasil, por exemplo, possui o Programa Banco do Brasil de Patrocínios Seleção Pública de Projetos, estando em vigor inscrições para projetos 2017/2018. Entre as principais áreas temáticas de interesse desse programa, estão os “Eventos e ações para micro e pequenas empresas, em especial ligados a franquias, empreendedorismo e cadeias produtivas” (BANCO DO BRASIL, 2016). A Caixa também possui Programas Culturais: são quatro programas de apoio à cultura, sendo um deles o de Apoio ao Artesanato Brasileiro. Esse programa prioriza a seleção de projetos que trabalhem para o desenvolvimento de comunidades artesãs e à valorização do artesanato tradicional brasileiro (CAIXA, 2016).

Os dados apresentados nessa seção confirmam o quanto a produção artesanal é discutida e valorizada no Brasil. O número de programas e projetos são maiores do que os expostos aqui; no entanto, tratamos de trazer os mais significativos e de atuação nacional.

### **2.3. Cultura popular: teorias que discutem a forma de fazer, valor e legitimação**

Assim como acontece em vários setores da produção de artefatos, seja na indústria ou nas obras de arte, o artesanato também é condicionado a receber classificações, interpretações e opiniões tanto de agentes, de técnicos, como de instituições que tendem em legitimar e oficializar conceitos e significados de elementos desse setor (por exemplo, classificar o que é artesanato, trabalho manual, artesanato tradicional, arte popular, entre outras categorias), como apresentamos no item anterior. Existem os artistas, os críticos, os técnicos, os acadêmicos, os colecionadores, os gerentes dos espaços físicos voltados para exposição e comercialização, que detêm essas

determinações e que acabam legitimando para toda sociedade o que tem sentido e o que tem valor, quem é artista, quem é artesão, e quem não é, por exemplo. Numa abordagem própria sobre o tema, Bourdieu (2012) explica que essa situação ocorre para garantir a manutenção a partir dos interesses das classes dominantes. Essa postura ou postulado resulta na aplicação da distinção entre as produções, principalmente as artísticas. O discurso dominante, através da comunicação, consegue indicar as diferenças entre os artefatos com o objetivo de universalizar as produções. No artesanato, essa relação está bem presente, e o autor Albuquerque Júnior (1994) contribui para essa concepção quando afirma em sua tese que as obras dos artistas referenciadas por Gilberto Freyre, em sua produção literária, são exatamente o reflexo da cultura da classe dominante que vai ditar o que é tradicional, o que é arte, qual matéria-prima é considerada nobre e qual não seria. Apresenta a produção artística refletindo o social, produzindo sentidos e significados, sendo capaz de provocar a comunicação e a percepção da realidade.

As abordagens desse autor são relevantes, por tratar sobre tradição e modernidade, numa perspectiva construtiva e de oposição indicada ao Nordeste no início do século XX. Trata-se de um período em que o discurso nacionalista era incansavelmente explorado o que gerou consequências externas e internamente ao país. O discurso de homogeneização, empregado para promover uma identidade nacional, era uma prática; porém, logo é questionado por políticos, acadêmicos e artistas. Percebe-se que as diferenças regionais prevalecem e são expostas através dos discursos, que revelam questões sociais e culturais da época, e que esse processo se fortalece a partir da migração interna, onde as diferenças culturais e regionais aparecem e dão margem a construção dos estereótipos, caracterizados fortemente para o nortista. Conciliar a cultura nativa, a diversidade cultural e a cultura erudita europeia tornou-se o grande desafio dos modernistas, com o propósito de homogeneização da identidade nacional. Dessa forma, o autor considera o modernismo como “um movimento ambíguo, preso a uma tensão constante entre o moderno e o tradicional, entre a história e a memória e entre o caráter descontínuo da história e o caráter contínuo e integrador da memória” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 1994, p. 72). É nesse contexto que se descobre a cultura popular no Brasil como a principal fonte para a identidade nacional. Dessa forma, “a arte vai exercer nesta formação discursiva um enorme papel na formulação de textos e de imagens definidores na nação e integradores do elemento popular a sua elaboração” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 1994, p.51). No entanto, o fato de os modernistas terem percebido a arte, a cultura popular como uma chave para a construção identitária

nacional, não significa afirmar que esse público tenha conquistado o direito de se colocar, de falar, pois continuava prevalecendo o discurso modernista, ou seja, o olhar externo a tais produções persistia em ditar os significados e as simbologias de caráter nacional.

Albuquerque Júnior (2003)<sup>5</sup> trabalha a partir do registro dos discursos que definem um ser nordestino, e o registro das práticas cotidianas dos homens nesse espaço. Para isso, utiliza a atuação militante do Centro Regionalista do Nordeste para justificar a criação do emblema “macho”, o autor explica a influência do Movimento Regionalista, Tradicionalista, e, ao seu modo, modernista, tal como explicitado pelo próprio Freyre, o qual gerou o projeto de uma identidade regional para o Nordeste. Políticos e intelectuais pernambucanos e de outros estados integravam este Centro, em que o principal objetivo era o de “definir o que seria o Nordeste e o que caracterizaria o nordestino” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2003, p. 153). Esse autor explica, também, que a imigração estrangeira se estabelecia no Sul do Brasil e, dessa forma, na cultura dessa região, sendo que no Nordeste é que se encontravam as características reivindicadas como mais brasileiras, resultantes da miscigenação das raças branca, negra e indígena. Esclarece, também, que o discurso Regionalista pretendia fortalecer a integração do país “Não se tratava de um movimento rotineiro, como o acusavam, mas visava justamente quebrar a rotina de dependência à cultura estrangeira, europeia, que marcava nossa sociedade” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2003, p. 157). A obra de Albuquerque Júnior trata de uma narrativa que revela as práticas inventivas sobre os masculinos e os femininos, contribuindo para dar historicidade às construções dos gêneros; alega que o gênero é uma criação histórica e cultural e que, na nossa sociedade, o domínio do gênero masculino foi construído e registrado, com frequência, nas obras de Gilberto Freyre através do seu discurso conservador sobre o patriarcalismo.

A distinção construída a partir dos artefatos, dos espaços e dos gêneros está registrada nas publicações de revistas que eram trazidas da Europa e utilizadas como referência aqui no Brasil. No final do século XIX e início do século XX, na França, mesmo com o advento da mecanização nas áreas têxtil, de móveis e na produção de utensílios cerâmicos, a tradição do artesanato não desapareceu. Existiam várias revistas

---

<sup>5</sup> Para realização desta obra o autor pesquisou um extenso corpo documental que incluiu a imprensa, literatura, cronista e folclorista, e um investimento maior na análise crítica sobre a obra, *Ordem e Progresso*, de Gilberto Freyre (1959).

que divulgavam técnicas e materiais utilizados para produzir artesanato. Era a divulgação das chamadas ‘artes aplicadas’ ou ‘artes decorativas’. A produção envolvia objetos de uso doméstico como: pequenos móveis em madeira, pintados ou pirografados, toalhas engomadas, roupas, bolsas e acessórios bordados, couro marchetado, porcelana pintada, tapeçarias e flores, esses são alguns dos exemplos citados para apresentar a diversidade de materiais, técnicas, estilos e usos. Os trabalhos manuais confeccionados pelas mulheres tinham objetivo disciplinador, como também, era um fator de distinção, principalmente no sistema da cultura brasileira, através das quais se diferenciava e distanciava a mulher, sobretudo em extratos sociais mais elevados, dos serviços braçais mais pesados da casa.

Segundo Silva (1989), um dado importante para a história brasileira é a contribuição da revista francesa *L’ Artisan pratique* (lançada em 1903) na difusão de produtos artesanais femininos para a classe média, entre os anos de 1870 a 1920, interessada em compartilhar as novas tendências da moda europeia. Um fato inesperado é que, no Brasil, além de alcançar a classe média, esta publicação atingia também um público feminino com poder aquisitivo baixo, e isso passou a estimular a produção artesanal como forma de geração de renda. Surgiu, dessa forma, a disseminação do trabalho manual entre as mulheres. Neste ponto, um fenômeno percebido é que o artesanato passou a ter outra conotação para as classes populares, passou a ser um meio de subsistência. Nesse contexto, por exemplo, a valorização de enxovais bordados pela burguesia, forte tradição entre as famílias brasileiras, incentivava ainda mais a produção artesanal. A influência da cultura francesa, a partir da disseminação dos trabalhos manuais, com o emprego de linhas, fios, fitas e tecidos, coube, muitas vezes, à mulher desenvolver. Em relação à produção artesanal, classificada como artesanato, em que são utilizados materiais mais rústicos, como madeira, pedra, ferro e argila, constatamos que envolve, em sua grande maioria, a mão de obra masculina.

Temos, na nossa literatura, publicações que validam todo esse discurso de distinção da produção de artefatos, e também de gênero. O livro ‘Nova fase da lua: escultores populares de Pernambuco’, editado em 2013, trata do conceito de arte popular, e indica o movimento regionalista como incentivador que buscou “conhecer, preservar e promover o nacional” (MARTINS, 2013, p.16). Os artistas representados nesse livro são legitimados simbolicamente como populares e, em algumas situações, também como eruditos, o que os diferenciam de um simples artesão e passam para a categoria

dos Mestres. Aqui, a produção tradicional prevalece, os escultores empregam em suas obras materiais como madeira e argila.

Novamente trazemos a busca pela universalização, provocando a distinção entre produtores e produtos de arte. A comunicação realizada em torno dessas considerações estimula o senso comum e acaba sendo empregada pelos agentes, técnicos e pessoas envolvidas com as produções. Todos estes argumentos nos levam a justificar as preferências, escolhas e hábitos a partir das análises de Bourdieu (1996), quando traz a teoria do espaço social e espaço simbólico. Nessa teoria, Bourdieu afirma existir um condicionamento social atrelado a uma realidade, que faz com que uma determinada classe assuma uma posição que corresponde a uma classe de *habitus*<sup>6</sup>, ou seja, de gostos e preferências, os quais geram “um conjunto sistemático de bens e de propriedades, vinculadas entre si por uma afinidade de estilo” (BOURDIEU, 1996, p. 21). Daí surge os princípios de diferenciação, revelados através da teoria da distinção, com os quais se percebe traços distintivos, por meio de características que são entendidas através da relação com outros atributos.

A ‘Arte de fazer’<sup>7</sup> é uma expressão registrada pelo francês Certeau (2009); no entanto, não nos referimos aqui apenas à sua obra, mas sim a todo processo de produção realizada pelo homem, com a finalidade de atender às suas necessidades, sejam elas físicas ou mentais (como o prazer de produzir e contemplar peças utilitárias e/ou peças da arte visual/cinematográfica). Trazemos um recorte sobre este tema, no campo do design, com aporte das demais áreas que contribuem para tal registro, que trata da produção de artefatos artesanais. Entretanto, temos como ponto de partida a ideia da arte de fazer (do próprio autor antes citado) no cotidiano das pessoas que criam e recriam seus artefatos e suas trajetórias, de forma a favorecer e a dinamizar o espaço da vida e da arte, tendo consciência, também, de que essas pessoas produzem seus artefatos a

---

<sup>6</sup> O autor traz o *habitus* como um “princípio gerador e unificador que retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição em um estilo de vida unívoco, isto é, em um conjunto unívoco de escolhas de pessoas, de bens, de práticas” (BOURDIEU, 1996, p. 22).

<sup>7</sup> O historiador e filósofo francês Michel de Certeau, na década de 70, dedica-se a pesquisar as práticas cotidianas, buscando entender a lógica operatória que mobiliza os fazeres diários. A pesquisa foi financiada pela *Délégation Générale à La Recherche Scientifique et Technique* – DGRST - e apresenta uma discussão sobre o homem ordinário no seu processo de interação social, em que inventa o cotidiano a partir da anônima arte de fazer, de maneira que habilmente reapropria-se do espaço e do uso ao seu modo, tornando-se o narrador. Certeau afirma em seus estudos que, na prática cotidiana, as relações não se dão de forma passiva frente à sociedade de consumo.

partir de sentidos e valores distintos, resultantes das suas experiências cotidianas a partir dos seus espaços sociais e do seu contexto histórico (BOURDIEU, 2012).

Essa pesquisa tem como objetivo validar a discussão sobre a produção artesanal, presente em nosso cotidiano e reconhecida como um bem cultural. Nesse contexto, compartilhamos com a teoria de Canclini (2008) quando trata, em seus estudos culturais desenvolvidos na América Latina, sobre a fusão de experiências e de repertórios culturais, a qual denomina de hibridação, resultante das mediações que acontecem nas combinações e nos processos socioculturais como, por exemplo, o diálogo entre o saber hegemônico e o popular, e vice-versa. Este autor afirma que todas as culturas são de fronteiras e justifica:

Todas as artes se desenvolvem em relação com outras artes: o artesanato migra do campo para a cidade; os filmes, os vídeos e canções que narram acontecimentos de um povo são intercambiados com outros. Assim as culturas perdem a relação exclusiva com seu território, mas ganham em comunicação e conhecimento. (CANCLINI, 2008, p.348)

Outra percepção, acerca da produção artesanal, é que o artefato fabricado pode ser considerado na perspectiva de um bem material, como também de um bem simbólico; esse último, pelo encargo de signos e significados que representa, no contexto em que estiver inserido. Os estudos sobre cultura, “*cultural studies*”, vêm sendo desenvolvidos desde início do século passado, com abordagens e discussões na área das ciências sociais aplicadas, tanto na Europa quanto na América, mas foi na perspectiva da semiótica que encontrou um campo vasto para explicar as produções materiais humanas. Tais estudos culturais contribuem para explicar o que a produção humana representa, em sua conjuntura, registram seus avanços, inovações, atribuições e contribuições para o desenvolvimento social e cultural (SANTAELLA, 2003).

Quanto à forma física dos artefatos, recorremos ao autor Ariano Suassuna (2007), que nos explica as etapas de como se desenvolve o processo para que uma peça de arte seja originada por um artista. Para o autor, a arte, para ser produzida, passa por três momentos: “o campo do ofício, o da técnica e o da forma” (SUASSUNA, 2007, P.261). Estes momentos esboçam o saber dominar um processo, saber fazer e saber criar. Aproveitamos esses conceitos acerca do saber para elucidar o procedimento que é realizado para a feitura de um artefato artesanal.

Nesse processo dos saberes, o uso de materiais com características locais reforça o sentido da identidade local, ou seja, da cultura, não apenas no artesanato. A designer e arquiteta Italiana Lina Bo Bardi, ao vir para o Brasil, buscou explorar a aplicação de materiais nacionais, na produção de móveis que distinguissem uma identidade local. Segundo Santos (1995) Lina Bo Bardi percebeu um grande avanço na arquitetura moderna, mas o mesmo não acontecia no design de móveis; para ela, não havia móveis modernos. Este cenário a fez utilizar materiais antes não empregados; com isso, foi pioneira, por exemplo, no uso da “madeira compensada recortada em folhas paralelas, uma novidade num país onde até então imperava o emprego da madeira maciça” (SANTOS, 1995, p.96). Chegou a utilizar, também, materiais simples como lona, couro e tecido chita das Casas Pernambucanas<sup>8</sup> na execução de assentos e encostos de cadeiras, materiais que antes não eram reconhecidos para este fim. O emprego de materiais característicos de uma região é um dos aspectos encontrados na produção artesanal, entretanto, essa tradição pode virar uma estratégia para profissionais que desejam promover, numa determinada produção, o atributo da identidade local e, dessa maneira, atender a uma demanda de mercado.

O discurso que trata sobre a economia da cultura em que, segundo Reis (2009), “oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas - da visão de fluxos e trocas; das relações entre criação, produção, distribuição e demanda...” (REIS, 2009, p.25) apresenta um ponto de interseção com as teorias do desenvolvimento local. Trata-se da valorização do capital humano. Assim como a valorização dos materiais locais é de suma importância para a construção de uma identidade, o reconhecimento das potencialidades dos indivíduos inseridos num espaço é indiscutível para presença do desenvolvimento. Para Certeau (2009) a cultura é validada por um grupo quando as pessoas desse grupo se reconhecem nela, e afirma:

O enfoque da cultura começa quando o homem ordinário se torna o narrador, quando define o lugar (comum) do discurso e o espaço (anônimo) de seu desenvolvimento. (CERTEAU, 2009, p. 61)

---

<sup>8</sup> As Casas Pernambucanas é uma rede varejista brasileira, fundada em Recife, no dia 25 de setembro de 1908, pelo sueco Herman Theodor Lundgren que adquire em Pernambuco a Companhia de Tecidos Paulista. Na década de 70 foi considerada a maior rede de lojas do Brasil. Disponível em <http://www.lavras24horas.com.br/portal/casas-pernambucanas-comemoram-100-anos-em-grande-estilo/> acesso em 19/01/2017

Quando o tema é intervenção, nos vem a ideia do externo sobrepondo-se ao interno, ou seja, atores externos manipulando atores de uma comunidade, reflexo histórico em que a cultura do estrangeiro prevalece à cultura local. No entanto, ao se entender o capital social e humano do lugar, por exemplo, em que se aproveita e estimulam pessoas, características locais e redes de relações duráveis, a construção se dá de dentro para fora e permanece. O capital social discutido por Bourdieu (1998) explica que uma rede de relações é resultado de um trabalho de instauração e de manutenção, que é necessário para produzir e reproduzir relações duráveis e úteis, aptas a proporcionar lucros materiais e simbólicos para um grupo, para uma localidade, em várias áreas.

Dessa forma, tomamos partido pela área da produção artesanal, da valorização da tradição, do movimento popular, que pode proporcionar em um grupo o desejo de sair da exclusão e de se reconhecer como cidadão, através da sua produção, da sua arte, de forma a promover melhorias significativas num grupo ou numa comunidade. Esta promoção fica clara na fala de Jesus (2003), quando cita:

pode-se, pois, dizer que se está perante uma iniciativa ou um processo de desenvolvimento local, quando se constata a utilização de recursos e valores locais sob o controle de instituições e de pessoas do local, resultando em benefícios para as pessoas e o meio ambiente. (JESUS, 2003, p.72)

Jesus (2003) contribui com a discussão sobre desenvolvimento local quando explica que, para acontecer esse processo, existe um movimento entre pessoas e instituições, que dialogam em busca de objetivos de transformação da economia, através de oportunidades de trabalho e geração de renda, e da sociedade local, através da superação das suas dificuldades.

Neste contexto, Jesus considera o desenvolvimento como um processo que promove a mudança e, para que este fenômeno seja entendido, precisa-se perceber que tal mudança só será efetiva se contemplar a totalidade de uma sociedade ou, pelo menos, se originar benefícios para uma maioria de indivíduos desta sociedade. Conclui esse raciocínio enfatizando que este processo pode resultar de iniciativas endógenas, resultante de iniciativas exógenas (JESUS, 2003). Assim, podemos trazer a definição de desenvolvimento local através das ideias de Jesus (2003), quando afirma que a efetivação do desenvolvimento é possível diante de:

[...] um processo que mobiliza pessoas e instituições buscando a transformação da economia e da sociedade local, criando oportunidades de trabalho e renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local. (JESUS, 2003, p. 72)

Com isso reforçamos, mais uma vez, que a arte do fazer e de representar, pertencente à cultura humana, atrelada a uma postura participativa, criativa e empreendedora das pessoas, é que pode gerar grupos e lugares desenvolvidos, fortalecidos e representativos em seu contexto. Nessa perspectiva, o artesanato é um elemento que contribui para fortalecer as relações de um grupo que busca trabalhar em prol do desenvolvimento e da representação social, aspecto negado por muito tempo na nossa história.

Já tratamos sobre a dinamicidade dos sistemas culturais, e nela percebemos que felizmente as mudanças acontecem. Segundo pesquisa apresentada por Adélia Borges (2011), em países como Itália, Japão e os escandinavos, por exemplo, o design se desenvolveu a partir da tradição artesanal, e afirma: “no Brasil essas duas atividades sempre viveram em mundos separados, situados em campos até mesmo opostos” (BORGES, 2011, p. 31).

Atualmente na América Latina se percebe um esforço, por parte do poder público e de outras instituições, em apresentar o artesanato como responsável pela identidade dos países periféricos. A partir de Bonsiepe (2011), entende-se aqui periféricos como os países não europeus, encontrados na América Latina, na época das missões dos descobrimentos. Bonsiepe (2011) trata sobre a questão da utilização das produções artesanais nos países Brasil, Argentina e Chile, como uma forma de promoção dos recursos locais e também como estratégia para o fortalecimento das identidades. Este autor apresenta, de forma sistematizada, a relação do design e artesanato a partir de seis enfoques:

- Conservador (postura em que se tenta proteger o artesão contra qualquer influencia do design ou de agentes externos);
- Estetizante (aprecia os artesãos como representantes da cultura popular e promove seus trabalhos ao status de arte);
- Produtivista (considera o artesão como mão de obra qualificada e barata, em que o design ou artista é quem assina a peça);
- Culturalista ou essencialista (distinguem o trabalho do artesão como ponto de partida para o verdadeiro design latino-americano);

- Paternalista (atendem ao artesão com foco nas políticas de programas assistencialistas); e,
- Promotor da inovação (em que estimula a autonomia do artesão para melhorar suas condições de subsistência).

Bonsiepe (2011) relata que essas relações ocorrem entre o produtor artesanal e uma equipe de intervenção, seja a partir de investimentos de uma instituição pública ou privada, de um grupo de profissionais ou de um indivíduo com uma especialidade, como a do designer.

#### **2.4. Pesquisas que relacionam design e artesanato no Brasil**

A relação artesanato e design já vem sendo discutida, e identificamos em diversos artigos pesquisados<sup>9</sup> o uso da descrição das experiências vivenciadas com grupos produtores. Durante o levantamento desse material de pesquisa nos certificamos, pelos artigos nacionais encontrados, que a atuação do designer junto ao artesanato existe efetivamente no Brasil. Apesar desse envolvimento, percebemos que a participação, em congressos e em publicações científicas, dos pesquisadores e dos profissionais, ainda é tímida, dentro e fora do país. Observamos também que a atuação nacional está vinculada sempre a instituições como SEBRAE, SENAI, Universidades Federais ou Estaduais e Bancos.

Assim, conferimos, a partir deste exercício de verificação, que pouco se discute sobre a necessidade de seguimento das ações. Além disso, não fica claro de que forma as metodologias de design são empregadas pelos artesãos, após os projetos, e de como as peças desenvolvidas são incorporadas ao mercado. Temos algumas informações sobre esses aspectos no texto da autora Rocha Watt (2011) em que sinaliza a forma de atuação dos atores, no projeto Coopa-Roca, e de como as artesãs se organizam para a manutenção do grupo. Essa discussão também se faz presente na dissertação de mestrado da Ana Luiza Cerqueira Freitas (2011), desenvolvida na Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, através do Departamento de Engenharia de Produção, na

---

<sup>9</sup> Apresentamos neste trabalho o resultado de uma pesquisa realizada para investigação de artigos que tratam sobre o tema “design aplicado à produção artesanal”. Nosso objetivo consistiu em verificar em quais veículos tais publicações estão vinculadas, compreender o que os textos pesquisados abordam sobre este assunto, como também, identificar quais questões precisam ser levantadas a cerca do segmento de pesquisa proposto para discussão no doutorado em design. Coletamos cerca de quarenta textos, dos quais apenas 25% tinham as informações de nosso interesse.

qual analisa o sistema produtivo artesanal no cenário atual, a partir de intervenções de design.

No Programa da Pós-Graduação em Design da UFPE, a relação do design com o artesanato vem sendo pesquisada e discutida. Podemos citar as dissertações das designers Lucyana Azevedo (2012), Elisa Serafim (2015) e Flávia Lira (2016), além da tese da professora Ana Andrade (2015) como discussões pertinentes e recentes. Suas produções são respectivamente: *O DESIGN E AS POLÍTICAS DE APOIO AO ARTESANATO: Um Estudo de caso sobre a relação de patrocínio do grupo Teares Alegria pela Caixa Econômica Federal*; *DESIGN E ARTESANATO: Análise de modelos de atuação de design junto a grupos de produção artesanal*; *DESIGN E ARTESANATO: ComParTrilhando caminhos para a inovação social*; e *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*.

A dissertação de Lucyana Azevedo (2012) traz uma abordagem sobre políticas públicas, programas e projetos voltados à produção artesanal no Brasil. Destaca o PAB – Programa do Artesanato Brasileiro do Governo Federal, a atuação do Sistema SEBRAE no Artesanato, e o Programa de Apoio ao Artesanato Brasileiro, da Caixa Econômica Federal. Apresenta um panorama histórico sobre as ações governamentais de apoio ao artesanato, esclarece como alguns programas funcionam, trata sobre intervenções de design junto ao artesanato e apresenta o projeto desenvolvido com o grupo produtivo Teares Alegria como um estudo de caso.

A designer Elisa Serafim (2015) trata sobre a atuação do designer e das instituições mais relevantes do Brasil. Traz um panorama sobre como esses profissionais atuam com design e apresenta 30 exemplos, no contexto de atuações, dentre designers, instituições educacionais e seus laboratórios e centros de design no formato de associação. Desses, dezessete atuam na região sudeste, sete na região sul e seis no nordeste. Apresenta conceitos, visões e reflexões sobre o artesanato brasileiro, artistas com experiências pioneiras, como Lina Bo Bardi, Aloísio Magalhães e Janete Costa, e também traz um pouco da história e o surgimento das políticas públicas nacionais a partir dos anos 90. Descreve e analisa seis modelos de atuação de design junto a grupos de artesãos, como estudos de caso, sendo alguns referentes a projetos realizados em grupo e outros a partir

de ações individuais; são eles: Laboratório de Design Solidário – LabSol - São Paulo, Laboratório O Imaginário - Pernambuco, Design Possível - São Paulo, Centro Pernambucano de Design – CPD - Pernambuco, além dos designers Paula Dib – São Paulo e Sérgio J. Matos - Paraíba.

A pesquisa da designer Flávia Lira também discute sobre o exercício do design no campo de produção artesanal, podendo ser percebido como um espaço de trocas e de cooperação entre profissionais de diversas áreas junto aos artesãos. Apresenta, a partir de um projeto de design para promoção do artesanato, um debate quanto às percepções realizadas entre designers e o grupo de produção artesanal Mulheres Fatechas. Cita as relações e os impactos que envolvem a construção de conhecimentos, o empoderamento das práticas vivenciadas e a relação do grupo de artesãs com a sociedade, na perspectiva social, cultural, econômica e natural, até mesmo após a saída do campo do projeto de fomento realizado pelo período de um ano.

Já a tese da professora Ana Andrade (2015) apresenta o modelo de gestão empregado pelo Laboratório O Imaginário/UFPE. A atuação desse laboratório abrange todo o estado de Pernambuco; no entanto, por mostrarem um melhor resultado e por terem tido apoio institucional local e financeiro, a tese apresenta como caso de estudo as cidades de Goiana e Cabo de Santo Agostinho. Apresenta conceitos empregados ao artesanato, contextualiza a história que envolve o tema, compara modelos industriais de design com o modelo de gestão voltado para o artesanato, expõe experiências de políticas públicas voltadas para produção artesanal relevantes no país, como a ARTENE/SUDENE, CEART e o Artesanato Solidário/ArteSol. Defende o modelo de gestão desenvolvido pelo laboratório e a sua evolução em seus treze anos de experiência. Por se tratar de um projeto desenvolvido dentro da universidade, articula o tripé ensino, pesquisa e extensão.

Outro projeto de extensão que acessamos foi o das Mulheres da Palha, desenvolvido pela professora Juliana Loss Justo, da Universidade Federal do Cariri - UFCA. Esse trabalho foi registrado e analisado em sua dissertação intitulada *Projeto Mulheres da Palha: um olhar através da ecologia dos saberes*, como pesquisa na Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável – PRODER, no ano de 2014. Sua proposta consiste em apresentar o trabalho do design junto à produção artesanal na perspectiva da sustentabilidade e da valorização dos saberes. Contrapõe fortes críticas ao uso inadequado da palavra sustentabilidade, mostrando uma preocupação quanto à relação dos saberes entre designers e artesãos, de forma que não haja sobreposição.

Discute a apreciação dos conhecimentos na riqueza de suas diferenças e defende a busca de soluções de problemas integradas com a realidade do grupo produtivo. Por se tratar de um projeto de extensão, analisa a atuação dos professores e alunos de graduação envolvidos na ação.

Esses trabalhos apresentados foram analisados na tentativa de entendermos como o registro das ações que envolvem design e artesanato está sendo produzido, ou seja, de que forma estão sistematizados. A prioridade na nossa investigação foi para os artigos e trabalhos acadêmicos. Vimos também que, ao ampliarmos o tema com o foco na gestão, as divulgações são ainda mais restritas, seja através de artigos, livros ou, novamente, pesquisas acadêmicas não sistematizadas em periódicos científicos. No âmbito nacional, além de publicações acadêmicas, como as das professoras Ana Luiza Cerqueira Freitas, da Universidade de Minas Gerais, Ana Emília G. de Castro, da UFPE, e do Laboratório O Imaginário/UFPE, temos a produção de textos e livros da autora Adélia Borges; também encontramos artigos produzidos pelas instituições Casa Museu do Objeto Brasileiro e SEBRAE, encontrados nas versões impressas e digitais, disponíveis nos sites dessas instituições.

Ainda assim, consideramos tímido esse campo de publicações, em relação à quantidade de ações executadas junto a produtores de artesanato no Brasil, pois existem, pelo menos, dez projetos de extensão de considerável porte nas universidades brasileiras, os quais mapeamos durante nossa vivência e desenvolvimento da pesquisa e que discutimos mais adiante (Ver na Tabela 02 - Mapeamento das instituições e profissionais que trabalham com design e artesanato, página 67).

### 3. GESTÃO E GESTÃO DO DESIGN

Nesta seção vamos abordar sobre gestão, na perspectiva do design; discutir sobre o emprego do design estratégico em nosso país; tratar sobre a gestão de serviços e a evolução dos modelos de gestão idealizados para área da produção de produtos e de serviços, como também, iremos apresentar atores que tratam de design e artesanato no Brasil, com o objetivo de mapear seus métodos e entender como a gestão do design é aplicada.

#### 3.1. Gestão

Entramos na discussão sobre design e gestão. Pela facilidade de planejar, muitos profissionais de design acabam convergindo para várias práticas que ultrapassam a ideia apenas de desenvolvimento de um produto ou serviço. A sistematização de todo processo, a distribuição das tarefas e dos envolvidos em um projeto, a criação de uma peça e sua execução atrelada à identificação das suas etapas e dos seus responsáveis, a pesquisa das opções e definição da melhor solução para um problema levam o designer a desenvolver capacidades encontradas em um gestor, mas aqui falamos de um gestor da inovação. Não é à toa que conhecemos designers que também possuem graduação em Administração ou pós-graduação em Gestão do Design, e mesmo sem essas formações ou especializações citadas, o designer consegue atuar como um gestor de projetos, e essa atuação é uma realidade no contexto da pesquisa. A autora Mozota (2011) confere a seguinte comparação entre as áreas da administração e do design:

O design é uma atividade de resolução de problemas, um exercício criativo, sistemático e de coordenação. A gestão também é uma atividade de resolução de problemas, sistemática e de coordenação. (MOZOTA, 2011, P.17)

Além dessas características listadas por Mozota (2011), referentes ao design e a gestão, devemos compreender que a gestão do design estimula a realização de tarefas de maneira inclusiva e sistemática, além de promover a resolução de problemas e de contribuir para a tomada de decisão numa empresa ou num grupo produtor. Essa prática da gestão do design está ligada a um modelo de organização que “incentiva a iniciativa individual, a independência e a tomada de riscos” (MOZOTA, 2011, p.91). Dentro de uma empresa, o design pode contribuir para a implementação de mudanças, de

estratégias, com o objetivo de reconfigurar um setor, uma equipe, um processo, servindo de catalisador nessas ações. Ainda segundo Mozota (2011), a disseminação do conhecimento de design, na tomada de decisão e resolução do problema, é reconhecida como uma tática na gestão do design.

Quando trata sobre gestão do design no cotidiano das empresas que trabalham com equipes de design, gerentes de design, ou mesmo consultores, em contato com outros atores dentro dessas corporações, Mozota (2011) nos explica que a gestão do design pode assumir três situações que auxiliam na deliberação das soluções, como referências são: ação de design como gestão operacional, função de design como gestão funcional e visão de design como gestão estratégica.

Em todas essas funções o design está envolvido de maneira estratégica, nas etapas de tomada de decisão de todo processo que define a equipe envolvida, no orçamento e custos a serem empregados, nas definições em relação ao produto, na marca da empresa, na comunicação, na avaliação dos processos abarcados, na definição dos procedimentos, na formulação da estratégia empresarial, buscando ter coerência no sistema de design junto à identidade e cultura da empresa. (MOZOTA, 2011)

No Brasil, a efetivação do design como ferramenta estratégica nas empresas/indústrias ainda é tímida; com isso, o profissional de design acaba buscando outros nichos de ocupação como, por exemplo, coordenação de curso, coordenação de projeto, consultoria de projeto, cargo de gerência em instituições das mais diversas áreas, seja ela de criação ou não. A própria formação em design permite essa elasticidade de desempenho e a afinidade com as áreas de gestão e design contribuem para esse fato.

Acompanhamos o empenho de vários países para promover o design através de centros de design. Têm-se centros de design no Japão, na China, na Espanha, na Grã-Bretanha, na Dinamarca, na Alemanha, em Malta, como também nos países periféricos, como considera Bonsiepe (2011), na Argentina, no Chile, no México e em vários outros. No Brasil, tivemos a tentativa de criação e manutenção de centros de design em todos os estados a partir do SEBRAE, poucos sobreviveram no momento da transição para OSCIP. Outra tentativa de promoção do design no Brasil, na esfera governamental, é feita pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC),

junto a várias instituições de ensino e centros culturais, o qual agencia Bienais Brasileiras de Design<sup>10</sup> desde 1968 – Rio de Janeiro.

A primeira bienal a ser reconhecida nacionalmente só aconteceu em 2006 na cidade de São Paulo, depois as edições foram em Brasília - 2008, Curitiba - 2010, Belo Horizonte – 2012 - e a última edição em 2015 na cidade de Santa Catarina. O objetivo da bienal é mostrar como o design estratégico pode agregar valor às produções brasileiras. Nas últimas edições, o tema Gestão do Design esteve presente em vários discursos.

Definir gestão no contexto do design não é uma tarefa fácil; por ser muito amplo, pelas possibilidades e formatos de participação que o profissional consegue incrementar, pela multidisciplinaridade e iteratividade, corre-se o risco de deixar alguma atribuição de fora. Existe uma aproximação entre gestão e design que pressupomos como uma válida combinação. Assim, concordamos quando Andrade (2015) afirma em sua pesquisa sobre as múltiplas abordagens:

Para alguns autores, a gestão de design trata da gestão de projetos de design, em geral atribuída a um designer, grupo de designers ou até mesmo a uma consultoria de design para atender a necessidade de um cliente, um negócio ou mesmo uma organização. Para outros autores, a gestão de design vai além da gestão do projeto de design; estes consideram que a atuação de design tem uma abordagem mais ampla, transcendendo o âmbito do produto, dos processos, e sobretudo influenciam no conceito do próprio negócio. (ANDRADE, 2015, p.92)

Nesse trabalho, tratamos sobre a gestão de design voltada para as consultorias nas produções artesanais. Associado a isso, tratamos também sobre a criação de artefatos artesanais, com ênfase em questões sociais, culturais, ambientais e econômicas. Com esse foco, a quantidade de registros em livros e artigos sobre design e gestão diminui, e entendemos que existe a necessidade de uma maior discussão sobre o assunto.

Mais adiante, no item 6.1, trazemos uma apresentação de como o designer pode cumprir funções distintas nessa interseção entre a gestão e o design, voltado para produção artesanal. Identificar e acordar, desde o início de uma ação ou processo, sobre qual é o papel do designer, e dos atores envolvidos, seja numa intervenção de design

---

<sup>10</sup> A Bienal Brasileira de Design aconteceu nos anos de 1968, 1970, 1972, depois apenas uma edição na década de 90, em 1992 na cidade de Curitiba, seguidas das edições mais atuais em 2006, 2008, 2010, 2012 e 2015.

focado na produção artesanal ou numa indústria, é imprescindível para a obtenção dos resultados desejados num projeto. Dessa forma:

O reconhecimento e a identificação do nível de inserção do design em uma empresa ajuda a determinar o nível de competitividade através do Design que a mesma terá, convergindo para a satisfação do usuário/cliente/consumidor. (MINUZZI, 2003, p.4)

Essa atuação e valorização do design no Brasil vem sendo construída desde a criação do Laboratório Brasileiro de Desenho Industrial – LBDI, em 1981, até os dias atuais, a partir de políticas públicas criadas e implementadas por instituições brasileiras, como as do sistema S<sup>11</sup>, por exemplo, que engloba produções nas áreas da agricultura e pecuária, comércio e indústria, cooperativas e micro empresas, entre outras, e que de alguma forma contemplam em suas ações consultorias e intervenções de design. Acompanhamos algumas ações do SENAR, SENAC, SENAI e SEBRAE no estado de Pernambuco.

As primeiras tendências de que o design entraria no campo da gestão aconteceram na década de 1960, em que se falava do *Design Management*. O discurso nos anos 1970 sobre fatores ecológicos reforça a integração do design nas produções. A criação do *Design Management Institute*, em 1975, passa a alicerçar a gestão do design. O reflexo dessa postura dos anos 70, somada ao aumento da produção de pesquisas sobre o tema gestão e design, já na década de 1980, é que o design ultrapassa a visão reducionista de apenas resolver questões estéticas e passa a ser reconhecido como uma ferramenta estratégica. Nos anos 1990 o desenvolvimento estruturado de metodologias contribui para o reconhecimento do design estratégico, o investimento na comunicação dos produtos passou a ser o foco (BÜRDEK, 2010).

Contudo, este panorama apresentado acima a partir de Bürdek (2010) é relatado num contexto em que se tinha como prever algumas estruturas e também como seguir alguns conceitos sociais, industriais, econômicos, pois estamos falando do século XX. Já no século XXI, o panorama muda, e com ele tais estruturas e conceitos também sofrem modificações e atualizações. O discurso da segurança e da felicidade, os valores pessoais, políticos, educacionais são quebrados a partir dessa nova conjuntura. Assim, De Moraes (2010) nos afirma que agora o “design é a gestão da complexidade” (DE

---

<sup>11</sup> O Sistema S integra SENAR, SENAC, SENAI, SESC, SESI, SEBRAE, SENAT, SEST e SESCOOP.

MORAES, 2010, p. 11). Essa dinamicidade, também citada por Laraia (2001) e Santos (2000), e complexidade dos sistemas que dissolveram a abordagem projetual objetiva e linear do século passado, sugerem que o design atue dentro dessa dinâmica e multiplicidade, de forma que “exigirá dos designers uma outra capacidade que vai além do aspecto projetual, mas, uma capacidade permanente de atualização e de gestão da complexidade” (DE MORAES, 2010, p. 11).

### **3.2. Gestão de serviços**

O setor de serviços, incluindo o comércio, gera quase 70% de toda riqueza econômica do país. Informações sobre este setor são divulgadas anualmente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE<sup>12</sup>, através da Pesquisa Anual de Serviços – PAS. Os dados são categorizados a partir da Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE. A PAS fornece elementos sobre a estrutura dos serviços empresariais não financeiros, importantes para a atenção dos setores público, privado, acadêmico e da população em geral.

O processo de intervenção, da maneira aqui tratada, enquadra-se como uma prestação de serviço. Trata-se de uma experiência entre indivíduos e/ou instituições, em busca de solucionar problemas a partir da visualização das necessidades de um grupo e da sua produção, no nosso caso numa produção artesanal. Difere de um serviço que envolve apenas a entrega de um produto físico, situação percebida como algo tangível, e entra numa perspectiva de oferta que é considerada intangível, em que não se tem um artefato materializado. As ações realizadas numa intervenção de design geram resultados intangíveis, envolvendo aspectos objetivos e subjetivos, no processo de produção, nas relações entre atores envolvidos, instituição, artesão e designer. Atendendo assim os atributos postuladas a partir de Santos (2011) em que apresenta a Gestão de Serviços com características de intangibilidade, simultaneidade e participação. Quando consumimos um produto ou um serviço, a satisfação sinaliza um resultado positivo com a experiência, podendo ser essa expectativa atendida ou até

---

<sup>12</sup> Com efeito, segundo as Contas Nacionais Trimestrais do IBGE, o setor de serviços (que engloba o comércio), de 2003 a 2013, passou de 64,7% para 69,4% do valor adicionado do PIB. Desde 2004, os serviços têm ganhado espaço no PIB. Em particular, o comércio mostra também significativa expansão, ao passar de 10,6% em 2003 para 12,7% do valor adicionado do PIB em 2013. Disponível em <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna> - Acesso em 07 de janeiro de 2013.

mesmo superada. O consumo de um serviço e o resultado positivo explicitado por quem o recebeu pode ser entendido como que o serviço fora realizado com qualidade, no prazo acordado e custos previstos.

No caso das intervenções de design junto ao artesanato, podemos ter mais especificidades, a pensar que uma ação desse tipo pode ser financiada/patrocinada por uma instituição, por um grupo formalizado – associações, cooperativas - ou mesmo por um indivíduo. Partindo da situação que envolve vários atores, mensurar o resultado de forma positiva significa avaliar se as ações referentes à proposta estão sendo realizadas, bem recebidas e se artesãos e parceiros estão satisfeitos. Imaginar, por exemplo, uma instituição patrocinando uma capacitação/ oficina/ *workshop* na área do design para um grupo de artesãos: deve-se ter claro quais são os objetivos que atendem às necessidades dos participantes, seja na perspectiva da instituição, seja na perspectiva do artesão.

Com isso, queremos dizer que é uma tarefa possível de se realizar, quando se tem as informações certas já no diagnóstico e no contato com o grupo a receber o serviço; caso contrário, a ação não terá um resultado que atenda às expectativas dos envolvidos e será avaliada como sem qualidade, por não se atender a alguns requisitos pensados ou acordados anteriormente. Esses requisitos servirão como referência na avaliação da ação como, por exemplo, cumprimento do cronograma, criação de peças, melhorias de peças, apresentação do grupo, o trabalho em grupo, a divulgação e o mercado, entre outras condições que devem ser acordados no início da intervenção e que determinaram a qualidade do serviço.

Veremos mais à frente a exposição de alguns modelos de intervenção, e vamos perceber que, na maioria dos casos, existe uma equipe na retaguarda que apoia todo o processo de intervenção. A instituição parceira pode financiar apenas, mas pode também indicar alguém da sua equipe para realizar ações como, por exemplo, compras de materiais, acompanhamento da ação, dos profissionais de design e do grupo de artesãos, entre outras atividades. Outra situação é a equipe de design ou o designer ter uma coordenação. Isso também implicaria na existência de uma equipe na retaguarda. Esse sistema operacional funciona a partir de um plano de gestão.

Pesquisamos e acessamos vários modelos de gestão, muitos com a denominação Gestão da Qualidade. Identificamos na obra de Carvalho e Paladini (2012) que houve uma evolução nos modelos de gestão idealizados para produção de produtos e, até mesmo, serviços. Fica claro que se trata de um processo contínuo, por surgirem novas percepções, no decorrer do tempo e das discussões, que retiram ou acrescentam etapas,

a depender das necessidades que surgem, sejam econômicas, culturais, sociais ou ambientais.

A produção artesanal como início de todo processo de produção e inspiração para indústria abre a discussão, sobre a flexibilidade dos modelos de gestão, inclusive na obra citada, e apresenta o artesão como detentor de todo processo, da criação à estratégia de vendas, da identificação das necessidades dos clientes, da produção em escala reduzida, das peças customizadas, diferente do processo que envolve uma produção de larga escala. No entanto, esses sistemas de produção, que foram evoluindo até se chegar num formato dito como modelo de excelência, passam por um ciclo. Como assim? Acompanhamos na moda, seja nas roupas ou em produtos como automóveis, celulares, apartamentos, além de outros, a procura pela distinção/customização a partir da necessidade da distinção contrapondo-se ao padrão. Padrão tão almejado no início da mudança do processo artesanal para o industrial.

Produtos industrializados passaram a ser acessíveis para todos a partir da revolução industrial. Contudo a experiência que o artesão tinha em relação ao domínio de todo processo (o que passou a ser fragmentado), o conhecimento real das necessidades da sua clientela (que também tomou distância nas produções com as máquinas) e a participação na produção, foram aspectos que retornaram, de certa forma, em modelos de gestão para indústria nos anos 1930. O fator humano começa a ser percebido também em alguns modelos de produção e de gestão com o surgimento dos estudos ergonômicos, da segurança do trabalho, da responsabilidade social e ambiental, juntamente com a inevitável interação de trabalhadores no processo de produção, com a identificação de uma liderança, assim como já acontecia em alguns aspectos na produção artesanal.

São alguns desses elementos que estão presentes, até os dias atuais, nas pequenas produções que iremos pesquisar e analisar nos modelos de gestão identificados para produção artesanal. Vimos nesse apanhado histórico que a Gestão da Qualidade “paradoxalmente recupera alguns atributos da época artesanal, como a busca da proximidade às demandas do cliente e maior customização, embora agora uma customização em massa, ou seja, também com escala” (CARVALHO e PALADINI, 2012, p. 6). É nessa continuidade cíclica que vamos tentar perceber que aspectos do processo industrial e artesanal podem ser somados e aplicados num modelo de gestão participativa, o qual estamos propondo elaborar.

### **3.3. Apresentação de atores que tratam de design e artesanato no Brasil**

Ações que promovem o trabalho do designer unido ao artesão existem de forma significativa no Brasil. O livro de Borges (2011) apresenta diversos exemplos que retratam intercessões em todas as regiões do país. Em Pernambuco, temos acompanhado intervenções de design a partir de várias instituições e profissionais e, dessa forma, conferimos um forte investimento no setor e a existência de uma grande demanda. A pesquisa referente aos modelos de gestão do design existentes no nosso país aconteceu a partir de vivências, sites, dissertações e livros. A dissertação de mestrado de Elisa Serafim, por exemplo, apresenta um mapeamento que colabora para nossa discussão. Serafim (2015) traz um mapeamento dos principais atores que desenvolvem ações de design na produção artesanal. Após esse levantamento, seleciona seis propostas e analisa os modelos de atuação de acordo com os seus pares, sendo dividido em três grupos: projetos de extensão, profissionais autônomos e Associações.

Desse mapeamento panorâmico referente aos agentes executores (SERAFIM, 2015, p. 54), formulado por Elisa, apresentamos alguns dos representantes a seguir. No entanto, fizemos uma complementação e atualização desse estudo, em que expomos mais profissionais que atuam em ações de design e artesanato, e indicamos as instituições que originaram os projetos e ações.

Todas as instituições e profissionais citados abaixo realizam ações de design junto ao artesanato. Essa listagem pode se estender se acrescentarmos arquitetos, artistas plásticos e profissionais de áreas afins. Nossa tentativa foi também a de mapear entidades que buscam trabalhar e fazer parceria com o profissional de design.

Tabela 02 - Mapeamento de instituições e profissionais que trabalham com design e artesanato<sup>13</sup>

AGENTE	INSTITUIÇÃO	ESTADO BRASILEIRO	FORMATO
1. Projeto Mulheres de Palha	UFCA	Ceará	Projeto de Extensão
2. Projeto Iconografias do Maranhão	UFMA	Maranhão	Projeto de Extensão
3. ASAS - Artesanato Solidário no Aglomerado da Serra	FUMEC	Minas Gerais	Projeto de Extensão
4. DESEJA.CA – Desenvolvimento Sustentável e Empreendedorismo Social no Jardim Canadá	UFMG		Projeto de Pesquisa e Extensão
5. Programa Minas Raízes	UEMG		Projeto de Pesquisa e Extensão
6. Ana Luiza Cerqueira Freitas	UEMG		Projeto de Pesquisa e Extensão

<sup>13</sup> Sites visitados no período da pesquisa para configuração dos dados da Tabela 02 - Mapeamento de instituições e profissionais que trabalham com design e artesanato:  
Disponível em <http://artേശol.org.br/institucional/> Acesso em 16.09.2015  
Disponível em <http://www.redeasta.com.br/> Acesso em 16.09.2015  
Disponível em <http://www.dia.org.br/> Acesso em 16.09.2015  
Disponível em <http://www.renatoimbrosi.com.br/> Acesso em 17.09.2015  
Disponível em <http://institutomeio.org/wordpress/quem-somos/metodologia/> Acesso em 07/10/15  
Disponível em <http://www.designpossivel.org/sitedp/sobre-2/nossa-historia/> Acesso em 07/10/15  
Disponível em <http://www.pauladib.com.br/> Acesso em 17.09.2015  
Disponível em <http://www.rosenbaum.com.br/agentetransforma/> Acesso em 17.09.2015  
Disponível em <http://consuladodamulher.org.br/consuladodamulher/> Acesso em 17.09.2015  
Disponível em <http://aliancaempreendedora.org.br/> Acesso em 18.09.2015  
Disponível em <http://www.nandeva.org/> Acesso em 17.09.2015

7. Mayumi Ito	AMARIA		Consultoria
8. Ronaldo Fraga	Desenvolvimento de projetos financiados por várias instituições.		Designer e consultor
9. Sérgio Matos	Desenvolvimento de projetos financiados por várias instituições.	Paraíba	Designer e consultor
10. Lia Mônica Rossi	Desenvolvimento de projetos financiados por várias instituições.		Designer e consultora
11. Aliança Empreendedora	ONG	Paraná	Contrata design para ações específicas
12. DIA - Design, Inovação e Arte	ONG		Possui equipe de design própria
13. CCTA - Centro de Cultura e Tecnologia para o Artesanato Ñandeva	Programa de desenvolvimento do artesanato		
14. Laboratório O Imaginário	UFPE	Pernambuco	Projeto de Extensão
15. CPD - Centro Pernambucano de Design	SEBRAE		Contrata profissionais de design
16. Projeto Jovem Artesão	FUNDAJ		Contrata profissionais de design
17. CMN - Casa da Mulher do Nordeste	ONG		Contrata profissionais de design

18. Rede Asta	OSCIP	Rio de Janeiro	Equipe de design própria
19. Projeto EcoSol	UNIVILLE	Santa Catarina	Projeto de Extensão
20. Projeto DESOL	UNIVILLE		Projeto de Extensão
21. Heloisa Crocco	Laboratório Piracema Design		Designer e consultora
22. Design Possível	Universidade Presbiteriana Mackenzie – ASSOCIAÇÃO	São Paulo	Teve início como Projeto de Extensão e hoje é uma Associação Design Possível [CNPJ 10.596.973/0001-99]
23. LabSol	UNESP		Projeto de Extensão
24. Marcelo Rosenbaum	Projeto A gente Transforma		Designer e consultor
25. ArteSol	OSCIP		Contrata profissionais de design
26. Consulado da Mulher	INSTITUTO		Contrata profissionais de design
27. Paula Dib	Desenvolvimento de projetos financiados por várias instituições.		Designer e consultora
28. Renato Imbriosi	Desenvolvimento de projetos financiados por várias instituições.		Designer têxtil, consultor e professor de artesanato.
29. Lars Diederichsen	Instituto Meio	São Paulo	Designer e consultor

Fonte: adaptado da pesquisa de Elisa Serafim (2015), com complementações e atualizações

Nessa pesquisa, verificamos que as intervenções de design junto ao artesanato, desenvolvidas nas universidades, representam 38% do total das ações, e são indicadas como projetos de extensão, com atuação em suas regiões. Em relação aos profissionais,

alguns fundaram ONG's, OSCIP's, Institutos, Projetos Sociais, Redes e outros trabalham para diversas instituições públicas ou privadas. Constatamos também que o discurso sobre desenvolvimento, sustentabilidade e geração de renda está presente como uma unanimidade. Algumas dessas instituições e profissionais divulgam mais abertamente as suas metodologias de trabalho, seja na internet, artigos ou livros publicados, são eles: ArteSol, Instituto Meio, Design Possível, Consulado da Mulher, Programa Minas Raízes, Laboratório O Imaginário e a professora Ana Luiza Cerqueira de Freitas. As ações que não se configuram como projetos de extensão costumam contratar designers, por isso não se tem uma metodologia de design ou um modelo de gestão aberto para discussão.

Quando tratamos sobre os modelos de atuação, nem todos expõem os seus métodos, apenas os formalizados e institucionalizados, como citados acima. Os designers costumam atuar de acordo com as necessidades de cada grupo e não configuram, necessariamente, o seu modelo de gestão. Por se tratarem de instituições de ensino e terem a formação do profissional através de projetos de extensão, apresentamos no apêndice, a Tabela 11 – Projetos de extensão voltados para produção artesanal de universidades brasileiras, com os principais projetos das universidades, onde pudemos perceber particularidades referentes a: atuação, parcerias, métodos de trabalho, públicos, objetivos e informações complementares. Dessa construção, vimos que existem projetos que praticam consultorias distintas, como: atendimento individualizado, atendimento em laboratório da universidade para construção das experiências, atendimento em grupo, registros fotográficos como estratégia de divulgação e criação de catálogos, consultorias que se responsabilizam pela comercialização e outras não, consultorias que envolvem profissionais de outras áreas, além de design, propostas que atendem o público feminino, outras um público misto, entre outros formatos. Borges (2011), ao acompanhar várias ações de design, afirma que “Não há um procedimento-padrão ou receituário para as ações de revitalização do artesanato – e nem poderia ser de outra forma, já que diferentes situações exigem diferentes respostas” (BORGES, 2011, p. 59). Damos destaque ao trabalho desenvolvido pela professora Ana Luiza Cerqueira Freitas, publicado em 2011, que traz de maneira sistematizada sua metodologia de projeto aplicado ao artesanato, não como uma metodologia rígida, mas sim flexível, como deve ser, envolvendo os artesãos, designers e a produção.

As ações de design junto à produção artesanal, indicadas acima, confirmam que se trata de uma área de atuação para o designer, e configuram-se como uma oportunidade

de mercado, principalmente para jovens profissionais. Percebemos, nos projetos citados, que a contratação de um profissional externo à equipe efetiva sempre é possível, ou seja, existe a necessidade de parcerias com profissionais autônomos nos projetos, institutos e organizações.

#### 4. SUSTENTABILIDADE E SEUS REBATIMENTOS NA INTERVENÇÃO DE DESIGN NO ARTESANATO BRASILEIRO

Nesta seção 4, discorreremos sobre ‘sustentabilidade, design, consumo, desenvolvimento local, capital social e globalização’ por serem temas apreendidos como primordiais para a discussão sobre produção de artefatos no mundo contemporâneo.

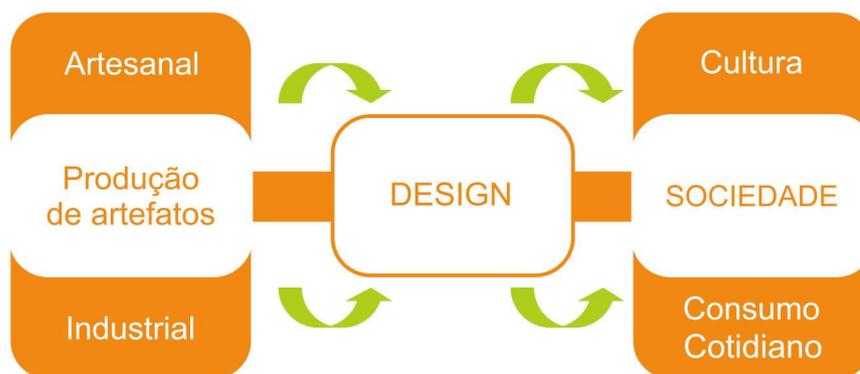
Transição é a palavra de ordem justificada por vários autores contemporâneos, entre eles destacamos Manzini (2008) e Dijon de Moraes (2010). Entende-se aqui transição como o momento que estamos vivendo, na busca por soluções criativas e conhecimentos disseminados para o bem da sociedade, que proporcione modos de vida sustentáveis (MANZINI, 2008). Nas leituras sobre sustentabilidade e desenvolvimento local, podemos observar uma imensa inquietação e contradições, que tendem a contribuir para formulação de outro discurso sobre o consumo, distinto do discurso que norteia o capitalismo. O design está mais presente do que nunca nas discussões sobre consumo, e se torna mais interessante quando o autor Manzini (2008) o coloca como imprescindível nesse movimento de transição.

Trata-se de um estímulo para que se tenham novas posturas em relação ao que se produz e se consome, para o uso de materiais e o seu reaproveitamento/ aproveitamento. Nessa conjuntura, o design não pode ficar de fora. Manzini (2008) confere uma forte crítica quanto ao papel do **design**, em termos éticos, direcionado incansavelmente ao consumo até o momento atual. Aponta o designer como ator social que lida com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos, de modo que enxerga uma grande possibilidade de inovação social<sup>14</sup>, quando houver uma aliança do designer com a produção efetivamente sustentável. Segundo esse autor, “*Designers* podem e devem ter outro papel, tornando-se, portanto, “parte da solução”. Isto é possível porque no “código genético” do design está registrada a ideia de que sua razão de ser é melhorar a qualidade do mundo” (MANZINI, 2008, p. 15).

---

<sup>14</sup> O termo inovação social refere-se a mudanças no modo como indivíduos ou comunidades agem para resolver seus problemas ou criar novas oportunidades. (MANZINI, 2008, p. 61)

Gráfico 01 - O design como ponte entre a produção e a sociedade



Fonte: a autora

Assim, o que se espera do design nessa transição de postura da sociedade, rumo à **sustentabilidade**, seria a busca pela oferta de soluções para os velhos e novos problemas de forma criativa e hábil. Manzini (2008) entende e explica que o pensamento estratégico do design pode ser replicado para achar soluções de problemas cotidianos. Essa ideia contesta a atuação do design que foi, por muito tempo, usado para promover a produção desenfreada de produtos da indústria. Manzini afirma até ser uma contradição ver a sociedade desenvolvendo habilidades de design, mas percebe nessas habilidades formas criativas para solucionar problemas corriqueiros e, até mesmo, mais elaborados e específicos. Entende que as estratégias de design são utilizadas de forma incoerente quando o foco é a sustentabilidade, mas que na mudança de cenário<sup>15</sup> pode ser uma grande aliada da sociedade. Explica-nos que:

Neste novo contexto, ainda que estas habilidades difusas de design e seu potencial sejam largamente desperdiçados [...], alguns sinais positivos estão aparecendo. São casos de inovação social, em particular as inovações sociais de base na vida cotidiana (as comunidades criativas), que indicam como, às vezes, as habilidades difusas de design são capazes de criar modos de ser e de fazer ao mesmo tempo criativos e colaborativos, considerados também como passos promissores rumo à sustentabilidade. (MANZINI, 2008, p. 16-17)

<sup>15</sup> Cenário, tanto o existente quanto o futuro, é entendido como o local onde ocorrem os fatos, o espaço para a representação de uma história que é constituída por vários elementos e atores sociais no seu percurso narrativo, ou mesmo como panorama e paisagem que se vive e que se vê. (DE MORAES, 2010, p. 41)

Dentro deste contexto, De Moraes (2010) afirma que não temos mais um panorama previsível e estático como previsto no projeto moderno, o qual dirigiu e fez com que se alcançassem a evolução industrial e tecnológica, onde a linearidade e a lógica objetiva faziam parte do cenário e do pensamento no século XX. Vários exemplos atuais ilustram essa mudança, como os diferentes formatos de acesso à educação, à comunicação, à informação e o tempo em que são decodificadas; a maneira como se colocam os valores pessoais, ausência de postos de trabalho, atividades e tarefas antes imprescindíveis. No entanto, no seu argumento, a ideia de prever o cenário existente e o futuro permanece.

A dinamicidade do tempo e dos espaços, as variáveis que compõem cada grupo social e a participação ou omissão dos seus atores são elementos que constituem os desafios para prever novos cenários. A comunicação participativa entre os atores sociais é um dos aspectos fundamentais, que pode contribuir para um melhor entendimento, nesse processo de mudança de cenários. Tauk Santos (2000) trata sobre a comunicação participativa como estratégia para promoção de mudanças sociais e para a promoção do desenvolvimento local. Nas suas discussões ela faz referência à concepção de Paulo Freire, explicando que:

A mudança neste modelo seria resultante de um processo no qual os atores sociais seriam o objeto da mudança; e passa-se a ver a comunicação como prática “dialógica”, que concebe a mudança como uma ação ativa dos atores envolvidos no processo, empenhados, no dizer de Paulo Freire, “na transformação constante da realidade” (1985). (SANTOS, 2000, p. 293)

Na nossa pesquisa de mestrado<sup>16</sup> tínhamos como foco os processos de envolvimento dos atores nas atividades que abarcam a produção de artefatos artesanais, constatou-se que muitas das ações que envolvem o profissional de design, em nosso Estado, são demandadas por todo território, e as comunidades rurais fazem parte dessa demanda. Esse fato revela uma tendência feita pelos estudos da extensão rural no âmbito do desenvolvimento local, nos últimos dez anos, que apontam as estratégias organizacionais das populações rurais:

---

<sup>16</sup> Parte dessas discussões integra a dissertação de mestrado da doutoranda: A rede construída por nós: extensão rural, novas ruralidades e cotidiano em Barra do Riachão, Pernambuco. Defendida em 16 de março de 2011. Orientada pela Professora Dra. Maria das Graças Ataíde de Almeida.

as formas associativas e cooperativas de produção se diversificam no meio rural; que enxerga o campo como território das culturas populares híbridas, abandonando a visão romântica das populações rurais imunes à cultura de massa; e que atua num cenário de embate das lutas populares na perspectiva da “concertação” e do desenvolvimento com sustentabilidade. (CALLOU, 2007, p. 107)

Falar de desenvolvimento nos leva a uma reflexão pertinente e atual, a da **sustentabilidade**. Jesus (2003) nos apresenta a concepção de desenvolvimento sustentável a partir de Coelho (1996), referindo-se como proposta de ação planejada, coordenada, descentralizada e com foco nas necessidades de uma população específica, em que se tem a intenção de intensificar e estimular melhorias de maneira sustentável/durável às condições de vida das pessoas, envolvendo e estimulando a efetiva participação de todos os atores submergidos na ação (JESUS, 2003).

Esse processo de dinamização do espaço, seja ele rural ou urbano, não sofrerá transformação se não forem utilizados os recursos e as potencialidades locais. O capital social e humano, por exemplo, deve ser aproveitado e estimulado, pois muitas ações de intervenção são pontuais, ligadas a ações governamentais ou não-governamentais, com prazos e investimentos limitados, determinados. Adotamos a definição de **capital social** de Bourdieu (1998), como sendo:

um conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimentos e de inter-reconhecimentos ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros ou por eles mesmos), mas também são unidos por ligações permanentes e úteis. (BOURDIEU, 1998, p. 67)

Durante a realização de uma intervenção em um grupo, seja de qualquer área, essa rede de relações pode ser construída entre os atores internos e externos envolvidos. Nas ações de design junto à produção artesanal inicia-se um processo de organização, com o objetivo de gerar benefícios; assim, artesãos são indicados a realizar etapas específicas na produção a partir dos seus potenciais, instigados a articular com fornecedores, produtores, financiadores, clientes, como também com a sua comunidade, de maneira a estabelecer uma convivência durável; no entanto, a manutenção dessas relações de convívio deve ser mantida para gerar uma situação estável. No contexto dos grupos sociais, as pessoas que o integram fazem parte desse capital social da comunidade, e

esse potencial não se esgota nesse grupo, de forma que outros grupos, outras pessoas na localidade podem representar e desenvolver esse papel.

Consideremos uma situação em que, por questões políticas partidárias, familiares, de crenças ou de ideias, algumas pessoas, com potenciais específicos, podem ficar fora de uma ação de intervenção. Mesmo assim, não está fora da rede, do contexto local. Podemos imaginar a possibilidade de se ter pessoas reconhecidas e respeitadas na comunidade, mas que não comungam com as ideias e propostas estimuladas por agentes externos, por exemplo. Como também, podemos imaginar que um potencial humano pode deixar de ser estimulado e aproveitado, pelo grupo que convive, pela ausência de orientação e de oportunidade de formação.

Ao tratar sobre capital social, Putnam (2001) trabalha na perspectiva da organização social. Considera que este proporciona benefícios, porém não o trata como uma relação permanente e útil, como esclarece Bourdieu (1998). Apresenta uma diferença entre capital social e capital convencional, em que explica que o capital social é um “bem público”, que não é propriedade privada daqueles que se beneficiam dele.

Para o autor:

O capital social refere-se a características da organização social, como exemplo redes, normas e confiança, que facilitam a cooperação e a coordenação em benefício mútuo. O capital social aumenta os benefícios da inversão em capital físico e humano. (PUTNAM, 2001, p. 90)

Já o conceito de capital social, acerca das estruturas sociais, a partir da teoria da ação racional, desenvolvida por Coleman (2001), esclarece que o ator controla e tem interesses em determinados recursos; deste modo, constitui um tipo particular de recurso à disposição do ator. Para este autor, o capital social se define por sua função, dessa forma:

Não é uma entidade singular, mas uma variedade de entidades distintas com dois elementos em comum- todas elas contem alguma dimensão das estruturas sociais, e todas elas facilitam certas ações dos atores – sejam pessoas sejam atores corporativos – dentro da estrutura. Tal como outras formas de capital, o capital social é produtivo, possibilitando a consecução de determinados fins, inalcançáveis sem ele. Assim como capital físico e o capital humano, o capital social não é completamente fungível, mas pode ser específico de certas atividades. Uma forma dada de capital social, que resulta valiosa para facilitar determinadas ações, pode ser inútil ou inclusive prejudicial para outras. (COLEMAN, 2001, p. 51)

Apesar de não aprofundarem o capital social na sua essência, como Bourdieu, que considera uma relação permanente e útil, esses autores chamam a atenção para a possibilidade do uso do capital social em benefício de alguns e detrimento de outros. Putnam (2001) preocupa-se em esclarecer sobre as desigualdades sociais, afirmando que estas podem reproduzir-se também no capital social. Conclui que normas e redes que servem para conduzir alguns grupos podem obstaculizar outros, em particular se as normas são discriminatórias ou as redes socialmente segregadas dentro de uma comunidade ou até mesmo do próprio grupo.

O capital social distingue-se conforme a sinergia entre os atores que compõem uma relação de convívio, pois, segundo Boisier (1999), tem-se que considerar a natureza intangível dos fatores causadores do desenvolvimento, de forma que os capitais intangíveis relacionem-se com o capital cognitivo, cultural, simbólico, social, cívico, institucional, psicossocial, humano e midiático. O desdobramento sinérgico do capital social, para este autor, está relacionado às práticas cotidianas, em que o envolvimento e as ações coletivas são imprescindíveis.

Com isso, trazemos uma abordagem sobre capital que foge da perspectiva do capital apenas econômico, que tanto se explorou no modelo de desenvolvimento moderno. É com esse ponto de vista que entendemos ser possível se chegar a alguma transformação social, considerando e aproveitando as potencialidades locais, seja de recursos materiais ou humanos, promovendo a integração de forma duradoura e não tão efêmera quanto tudo que aparenta nos dias atuais.

Nas discussões realizadas no mestrado sobre **desenvolvimento local**, através das teorias e das experiências vivenciadas nas pesquisas de campo, vimos que as soluções podem vir, de forma mais efetiva, a partir das necessidades tratadas junto às comunidades, através da descentralização do poder público, deslocando-se das esferas Federal e Estadual para a Municipal e seus distritos. Suas práticas diárias, que reportam a oportunidades e melhoria na qualidade de vida, devem ser aproveitadas, estimuladas e melhoradas. A busca pela qualidade de vida é uma das ideias quando tratamos sobre o tema desenvolvimento local, imaginamos como sendo o objetivo para todos os integrantes dos espaços, rural ou urbano.

Todos esses espaços citados e todos os seus integrantes não estão livres do consumo e, muito menos, das relações resultantes da interação com atores externos aos seus grupos e, ainda mais, com as novas possibilidades e novos modos de vida incitados pela globalização. Dessa forma, apresentamos o consumo sob o ponto de vista de

Canclini (2006) ao explicar que o **consumo** atende a desejos, integra e comunica, emite mensagens, expressa símbolos, estimula os setores populares a pensar e é também uma forma de regular atos sociais. Nesta perspectiva, esse autor não enxerga o aspecto econômico como único paradigma para o consumo, mas define como sendo um “conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos” (Idem, p. 60), e aprofunda ao afirmar que “o consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 2006, p. 65).

Falar do tema consumo nos remete rapidamente a temática da **globalização**. Tratamos sobre esse assunto sob a ótica de Ortiz (2003), o qual alega não ter dúvida que nesse processo “a cultura de consumo desfruta de uma posição de destaque” (ORTIZ, 2003, p.10). Ortiz (2003) sugere que ao se deparar com o universo cultural, deve-se ter prudência para não reduzi-lo apenas a dimensão econômica, porém não nega a sua interação, e explica que nos primórdios “o universo do consumo surge assim como lugar privilegiado da cidadania. Por isso os diversos símbolos de identidade têm origem na esfera do mercado” (ORTIZ, 2003, p. 122). Da mesma forma, ao analisar a globalização, a qual estamos vivenciando, Canclini (2007) afirma ser este processo inevitável, incerto, instável, de forma que torna o social e a política inconstantes. Traz ainda que se imagina ter um lado integrador, com consenso na perspectiva econômica, mas que, ao mesmo tempo, possibilita migrações e fronteiras as quais resultam em fraturas e segregações. Segundo esse autor, no livro *A globalização imaginada*, é necessário para quem se dedica e pesquisa a cultura “repensar como fazer arte, cultura e comunicação” (CANCLINI, 2007, p. 8), de forma que se perceba na complexidade do cotidiano a circulação e o consumo cultural, não sendo vista apenas de maneira tangencial no movimento da globalização circular, e sim num prisma mais abrangente, ligada a vida não exclusivamente como intercâmbio econômico. Desse conflito, surgem diversos modos de imaginar a globalização, de forma que:

a amplitude ou estreiteza dos imaginários sobre o global evidencia a desigualdade de acesso àquilo que se conhece como economia e cultura globais. Nessa concorrência desigual de imaginários, vê-se que a globalização é e não é aquilo que promete. Muitos globalizadores vão pelo mundo simulando a globalização. (CANCLINI, 2007, p.10)

Canclini (2007) comenta dois desses modos, o da globalização como estratégia da cultura hegemônica, relacionada à exploração dos países pobres, movimento intensificado na segunda metade do século XX, e a globalização imaginada por “sujeitos coletivos e individuais” (CANCLINI, 2007, p.29), como instituições governamentais, empresas, artistas, intelectuais, produtores de cinema e televisão de países dependentes, os quais procuram introduzir suas produções em negócios externos. Alega também que muitos desses disseminadores sugerem a criação de uma nova cultura; tentam explicar, através da cultura, como uma solução de emergência, ordenações as quais são inexplicáveis no âmbito econômico, midiático e do consumo. Nesse processo, a globalização opera através de instituições e organizações “de toda escala e mercados de bens simbólicos” (CANCLINI, 2007, p. 9), o que dificulta a identificação e o controle, diferente do que acontecia em épocas em que o sistema econômico, comunicacional e artístico era em nível nacional.

Canclini (2007) trabalha com as várias narrativas para explicar o significado da globalização; porém, a interação entre as sociedades é o aspecto que não pode deixar de ser discutido, em nenhuma instância. Declara ser nesse processo de interação que aparecem as diferenças entre o global e o local, e que este último evidencia as culturas periféricas. Tal procedimento proporciona trocas e influências de experiências cotidianas, de discursos, de posturas, tanto do local para o global e, no mesmo movimento, do global para o local. Canclini (2006) aponta que, nesse processo, a resistência e a reorientação das produções populares é uma realidade constante nesse movimento global. O consumo tornou-se um indicador de integração, e imaginar-se cidadão, principalmente nos setores populares, tem a ver com a relação direta desta participação.

Já Santos (2011) trata a globalização contemporânea nas perspectivas econômica, política e cultural, também chamando a atenção para tendência de se tentar reduzir as discussões apenas na dimensão econômica, afirmando que normalmente isso acontece com autores que pertencem a países centrais, de onde a globalização é conduzida e atrai benefícios. Traz uma abordagem sobre a dimensão cultural, onde explica que mesmo com a “intensificação de fluxos transfronteiriços de bens, capital, trabalho, pessoas, ideias e de informações” ainda estamos longe de configurar uma cultura global. Define cultura como “um processo social construído sobre a intercepção entre o universal e o particular” (SANTOS, 2011, p. 47), e mais adiante simplifica afirmando que cultura é a luta contra a uniformidade. Certifica que a globalização dever ser vista por uma

perspectiva menos inocente, como um dispositivo ideológico e político carregado de finalidades e não apenas como um processo espontâneo. Dessa maneira, Santos (2011) afirma que, o que presenciamos são fenômenos que expõem cada vez mais as diferenças e desigualdades entre as nações, intensificam as hierarquias, condensam as tensões e contradições, exibem conflitos e, por isso, sugerem a designação da palavra globalização no plural e não no singular, assegurando que assim daríamos conta da pluralidade e contradições do processo de globalização. Santos (2011) apresenta três contradições referentes à globalização atual, sendo a primeira contradição entre globalização e localização, a segunda entre o Estado-nação e o não-Estado transnacional e a terceira de natureza político-ideológica. Sobre essas contradições sugere que:

[...] estamos num período transicional no que respeita as três dimensões principais- transição no sistema de hierarquias e desigualdades do sistema mundial; transição no formato institucional e na complementaridade entre instituições; transição na escala e na configuração dos conflitos sociais e políticos. (SANTOS, 2011, p. 56)

Esse autor explica que o processo de globalização resulta da interação interestatais (conflito travado em torno da posição relativa na hierarquia do sistema mundial), globais (luta entre a classe capitalista global e todas as outras classes de nível nacional) e transnacionais (assenta na diferença local, como: etnias, identidades, culturas, tradições, sentimento de pertença, imaginários, rituais, literatura escrita ou oral) e são as formas de poder que exercem trocas desiguais dentro dessa definição, seja as entidades ou fenômenos dominantes (globalizados), sejam os dominados (localizados), todos sofrem transformações internas.

Santos (2011) entende ainda que “o global e o local são socialmente produzidos no interior dos processos de globalização” (SANTOS, 2011, p. 63) e que poderíamos considerar se nos colocarmos como localização ao invés de globalização, em diversas situações, mas o que nos leva a essa definição são os discursos hegemônicos que privilegia a história do mundo. Santos se coloca como um autor que dá preferência a ações transformadoras, a partir de leituras que sustentam pontos de ruptura e sinalizam o surgimento de um novo paradigma social, percebendo, assim, que estamos passando atualmente por um período de grande abertura e indefinição, o qual denomina “sistema mundial em transição”<sup>17</sup> (SANTOS, 2011, p. 89).

---

<sup>17</sup> Santos (2011) afirma ser um sistema muito complexo por envolver práticas interestatais, práticas capitalistas globais e práticas sociais e culturais transnacionais.

O desafio contemporâneo passa a ser a constituição de práticas sociais que garantam o acesso à informação, aos bens e serviços necessários à sobrevivência de todos, de forma mais democrática, uma constituição que trate de projetar uma reestruturação do tempo e do desenvolvimento dos seus espaços territoriais, políticos, sociais, econômicos e culturais, com a finalidade de se ter qualidade de vida e de se realizar práticas que dêem sentido às sociedades contemporâneas e futuras.

Uma ação de design geralmente tem a pretensão de gerar a inovação em um produto ou serviço; para isso, requer um conhecimento do problema, seu contexto, até a idealização de tarefas e etapas que atendam as necessidades reais do público que deseja desenvolver projetos ou soluções. Ao consultar registros como relatórios, pesquisas, livros, catálogos, entrevistas em que a avaliação esteja presente, o profissional, ou quem tiver interesse, obtém referências e dados que podem contribuir na tomada de decisões para um planejamento de velhas e novas atividades. Assim, ainda segundo Zackiewicz

Nesse contexto de promoção da inovação, são necessárias novas e criativas soluções de planejamento e política para fortalecer a capacidade social de produção de conhecimentos e de criação de novos mercados baseados nesses conhecimentos. (ZACKIEWICZ, 2005, p.1)

As intervenções de design têm como um dos objetivos promover a inovação e o uso de tecnologias, ainda não utilizadas por um determinado grupo, por exemplo, na produção artesanal. Esse e vários outros pontos que estão presentes na ação passam por um planejamento. Elaborar, aplicar ou ter acesso à avaliação, a partir dos envolvidos, contribui para o aprimoramento desse tipo de intervenção. A partir do momento que se conhece o problema, o cenário e os atores envolvidos, aumenta-se a possibilidade de promoção da inovação.

Transversalmente à ideia de dinamismo, multiplicidade, complexidade, abordada por De Moraes (2010), junto com a proposta de Manzini (2008) de querer ver a sociedade desenvolvendo habilidades de design para solucionar problemas de maneira mais rápida, como também, acompanhando o discurso atual sobre desenvolvimento local, que descentraliza as decisões e passa a propor o atendimento das necessidades das pessoas a partir da sua realidade local, o estímulo ao envolvimento dos indivíduos nas questões sociais, ambientais, econômicas e políticas, e outros conceitos aqui tratados, é que pretendemos desenvolver e propor um modelo de gestão voltado para produções que buscam se adequar continuamente dentro da cultura.

## 5. TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Para desenvolver um modelo de gestão do design, conforme propomos como resultado dessa pesquisa, utilizamos informações a partir das experiências empíricas, realizadas através de intervenções de design junto a produções artesanais no estado de Pernambuco. A opção por essas experiências nos leva a uma pesquisa exploratória e à utilização de estudos de caso. A descrição das experiências serviu para formatação de perguntas que colaboraram para o desenvolvimento da pesquisa, em função da familiaridade com os fatos. Além disso, esse processo de descrição possibilitou a visualização de dados que nortearam a construção do modelo de gestão a ser apresentado.

Temos então uma pesquisa exploratória ou temática, que trata sobre ações de design associadas ao processo produtivo artesanal, que podem ser interpretadas na perspectiva cultural, social, econômica, histórica, técnica, teórica, entre outras, pronta para verificação de fenômenos e processos ainda pouco investigados e contextualizados (VASCONCELOS, 2004).

A opção por apresentar estudos de caso múltiplos é justificada pela possibilidade de ampliar as respostas para as perguntas levantadas (exemplo: Como o processo de intervenção de design chegou até o grupo? Por que o grupo quis participar? Como os artesãos participaram? Quais os resultados efetivos dessa ação? Quais as mudanças? entre outras questões), na expectativa de originar aspectos distintos para a pesquisa. Na nossa concepção, uma intervenção de design tem como proposta acompanhar, entender, trocar experiências e sugerir melhorias numa determinada produção, no nosso caso, a artesanal. Funciona como um sistema que envolve vários atores (instituições, artesãos, designers, mercado), e que pode ser replicado; no entanto, cada grupo responde com características muito distintas. Dessa forma, o estudo de caso se enquadra como método de pesquisa por:

[...] ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida como um programa, uma instituição, um sistema educativo, uma pessoa, ou uma unidade social. Visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico. O pesquisador não pretende intervir sobre o objeto a ser estudado, mas revelá-lo tal como ele o percebe. (FONSECA, 2002, p. 33).

A pesquisa surge para esclarecer algumas inquietações em relação aos resultados que tais intervenções de design trazem. De que maneira os resultados são percebidos pela instituição provedora, pelo artesão e também pela equipe que executou a ação. Para tentar trazer respostas sobre o momento da ação, e o que acontece depois dessa atuação, realizamos entrevistas com alguns dos autores envolvidos nas diversas experiências que tivemos e, nelas, buscamos compreender e conferir, através das informações coletadas, que resultados diretos e indiretos, resultantes dessas intervenções, são destacados. As respostas contribuíram para o entendimento do modelo que propomos na pesquisa.

Para essa **avaliação**, elaboramos perguntas que trouxeram informações diretas referentes aos procedimentos que fazem parte da negociação, articulação e realização das ações de design. Perguntas sobre a prática do diagnóstico junto à comunidade, pelas entidades interessadas, sobre quais necessidades foram discutidas, também sobre quais as metas negociadas, se na verdade houve negociação com os artesãos, já passando para a intervenção de design propriamente dita, se houve apropriação do método de design repassado, como ficou a relação do artesão com o mercado, se houve mudança na produção, entre outras abordagens. Outras questões, de caráter indireto, também foram aplicadas como, por exemplo, verificar quais as dificuldades encontradas pelo grupo, se houve parcerias ou não para os artesãos, se gerou algum impacto econômico, social, ambiental, organizacional e tecnológico percebidos pelos artesãos ou pela instituição responsável pela intervenção, como o grupo ficou após a intervenção, e mais outros aspectos.

Podemos dizer que as respostas colaboraram para a avaliação dessa pesquisa, conferência e planejamento do modelo de gestão a que nos propomos. A avaliação deveria fazer parte do processo de atuação de qualquer instituição e/ou profissional; sem ela, corre-se o risco de achar que está contribuindo para o fortalecimento de um determinado grupo, mas os resultados provarem o contrário. Apresentamos os dados das entrevistas na seção 4 dessa tese. Zackiewicz (2005) desenvolveu um trabalho na UNICAMP sobre avaliações no campo da Política Científica e Tecnológica. Nele, o autor defende a compreensão de métodos de avaliação que contribuem para a verificação da participação e da aprendizagem orientadas à inovação. Sua tese está vinculada aos desafios de compreender como a participação e o aprendizado se relacionam com avaliação. Não iremos aprofundar aqui o tema avaliação, mas concordamos quando Zackiewicz (2005) defende que o entendimento quanto às avaliações deve ser visto como um momento privilegiado para o agenciamento do

aprendizado pessoal e organizacional, de maneira a promover mudanças e resolução de conflitos, ao invés da ideia de que se está sendo julgado, tanto para instituição quanto para o indivíduo.

Os dados das experiências empíricas, sem uma sistematização, não geram as informações suficientes como as pretendidas numa pesquisa científica. O cruzamento desse conhecimento, baseado na experiência, com as teorias já consolidadas, é que garante um respaldo a investigação. As referências aqui levantadas sobre gestão, história do design, sustentabilidade, produção artesanal, globalização e cultura, por exemplo, trazem fundamentações e interpretações sobre processos, relações sociais, consumo, distribuição de bens e serviços, soluções de problemas contemporâneos, que contribuíram na análise dos estudos de caso.

Para a elaboração do modelo de gestão do design, além dos dados coletados e das teorias abordadas, foi necessária a descrição de um roteiro de relacionamento entre os atores, para aplicação em intervenções nas comunidades analisadas. Apresentamos, na seção 4, todas as etapas indispensáveis para realização de uma intervenção de design. Com isso, pudemos identificar os acertos e as falhas, como também as evoluções que configuraram tal roteiro. Esse roteiro é uma parte do sistema que integra o modelo de gestão. Definimos nessa pesquisa modelo como sendo um “Objeto que serve de parâmetro para a construção ou criação de outros. Qualquer coisa ou pessoa que se toma como inspiração ou ideal a ser imitado ou copiado” (JAPIASSÚ, 2001, p.132).

### **5.1. Experiência empírica**

A experiência junto à produção artesanal teve início na cidade de Bezerros, interior de Pernambuco, ainda durante a graduação em design. Nessa ocasião, trabalhamos com um grupo de marceneiros que integravam a AAB – Associação dos Artesãos de Bezerros, com a finalidade de expor regras sobre desenho técnico, desenho de representação, leitura de plantas, criação de peças, entre outros elementos e normas. Essa experiência foi o ponto de partida para as próximas cinquenta e sete ações, em grupos distintos, realizadas em quarenta e oito cidades do estado de Pernambuco<sup>18</sup>, aproximadamente 26% dos municípios desse estado.

---

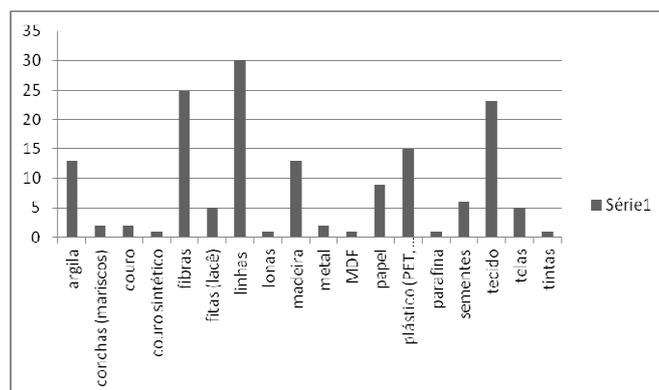
<sup>18</sup> Segundo o site oficial do estado, Pernambuco é dividido em 185 municípios. Realizamos consultorias em 48 municípios incluindo alguns distritos ou povoados como em Alagoinha, Brejo da Madre de Deus, Gravatá, Garanhuns, Salgueiro e Sertânia.

No total dessas ações, desempenhamos a função de designer de produto em doze grupos produtores, a função de designer de produto e gestora em trinta, e o papel apenas de gestora aconteceu em quinze produções. Mesmo nesse último formato de atuação, não deixamos de participar da etapa de criação das peças artesanais.

Um fato importante sobre essas intervenções, que deve ser exposto, é que muitos grupos atendidos envolviam uma produção heterogênea, por apresentarem vários processos de produção e tipologias de artefatos. Trabalhamos também com uma grande variedade de materiais e técnicas, os quais representam efetivamente a diversidade da produção artesanal da nossa região. Atuamos com diversos parceiros, incluindo instituições como Associações, ONG's, Secretarias do Governo do Estado de Pernambuco, SEBRAE, EMBRATUR, Centros de Design, como também com empreendedores individuais. Para que se tenha um panorama quanto à realização dessas ações, dispomos no apêndice a Tabela 10 – Consultoria design e artesanato em PERNAMBUCO, durante o período de 1998 a 2015 - que apresenta as ações concretizadas, as cidades envolvidas, os parceiros, os materiais, as técnicas e os produtos. A experiência vivenciada com cada grupo nos trouxe elementos fundamentais para discutirmos sobre proposta de intervenção de design, e sobre como trabalhar e articular a gestão de um grupo. Esses elementos foram fundamentais para a formatação do modelo proposto nessa pesquisa.

A construção dessa tabela nos traz informações sobre o público atendido, os parceiros envolvidos, a tipologia dos materiais empregados, as técnicas utilizadas, a classificação das produções, além de dados que auxiliaram na discussão, envolvendo métodos aplicados, resultado obtido e avaliação pós-fato relacionada às ações. A tipologia dos materiais empregados na produção artesanal em Pernambuco é bastante diversificada. Uma das informações sobre a produção, extraída da tabela 10, está apresentada no gráfico abaixo, onde trazemos os principais materiais empregados nos grupos atendidos, no período de 1998 a 2015. Comprovamos que produtos confeccionados com linhas, empregadas na produção de trabalhos manuais como bordados, crochês, tapeçarias, renascenças, aparecem em primeiro lugar. A utilização das fibras surge em segundo lugar, e são usadas na produção de artesanato a partir da fibra da banana, palha do milho, sisal, palha da costa, caroá, taboa, entre outros. O tecido acompanha, em muitos casos, a produção de trabalhos manuais e aparece em terceiro lugar quando utilizado na produção artesanal.

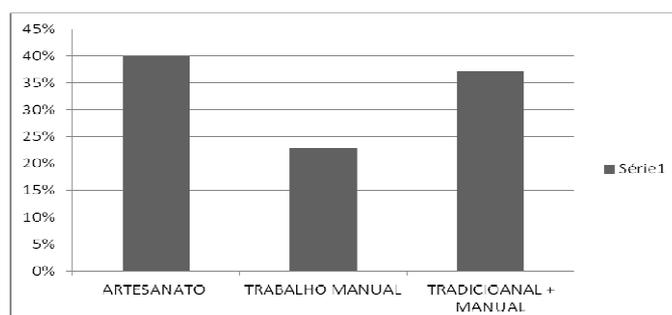
Gráfico 02 - Lista dos materiais empregados pelos grupos atendidos em ações de design



Fonte: a autora

Tomando como referência a classificação utilizada pelo Programa do Artesanato Brasileiro (PAB), juntamente com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), percebemos que a produção artesanal aqui exposta enquadra-se nos conceitos de trabalho manual e artesanato. Nas experiências com os cinquenta e sete grupos, tomados como referência, tivemos 40% dos produtores atendidos produzindo artesanato, 23% produzindo trabalhos manuais e 37% dos grupos com uma produção mista, ou seja, artesãos produzindo trabalhos manuais e outros artesanatos. A partir dos dados da tabela 10 temos o gráfico a seguir:

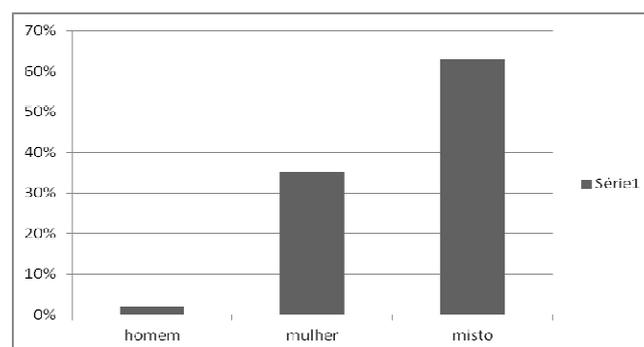
Gráfico 03 - Classificação do tipo de produção artesanal dos grupos atendidos



Fonte: a autora

O público de artesãos que participaram das consultorias em design sempre apresentou uma predominância feminina; mesmo quando definimos um grupo como misto, o número de mulheres que os integraram fora superior aos dos homens. Assim, tivemos grupo exclusivamente formado por mulheres, o que corresponde a 35% contra 63% de um grupo misto, também com a participação feminina.

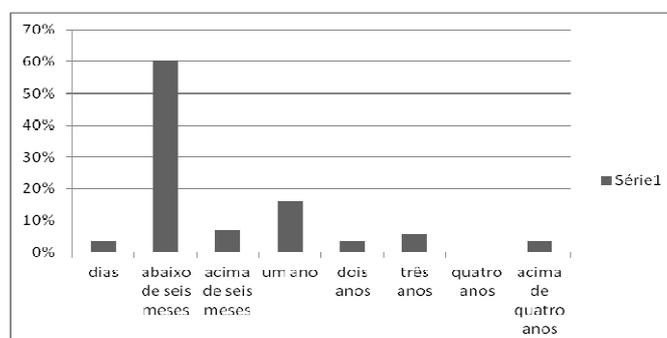
Gráfico 04 - Público de artesãos atendidos



Fonte: a autora

Outro aspecto importante relacionado às ações expostas na tabela 10 é sobre o tempo de duração investido na consultoria. Tomando como referência o período descrito nas ações em Pernambuco, vimos que nas ações analisadas, 4% dos projetos tiveram duração diária, 61% foram realizados com um tempo abaixo de seis meses, 7% acima de seis meses, 16% tiveram duração de um ano, 7% duraram dois anos e quatro anos e 5% dos projetos tiveram duração de três anos. No gráfico 05, visualizamos que a maioria das ações foi realizada num tempo curto, com menos de um ano, e diversas de maneira pontual, com poucos encontros em alguns meses ou dias.

Gráfico 05 - Duração das ações nos grupos produtores



Fonte: a autora

Para o desenvolvimento das seções 3.1 e 3.2, escolhemos quatro consultorias realizadas com grupos distintos. O tempo da ação em cada grupo, a participação e manutenção do artesão no período da oficina, o tipo da produção e o público de artesãos foram os critérios para esta seleção. Tais critérios foram definidos porque ilustram aspectos e elementos importantes, referentes às relações entre os atores envolvidos e a

obtenção dos resultados nas ações de design. Iremos descrever as experiências e as relações junto aos grupos da ASSOCIAPE, Cupira, CAATINGA e Ilha de Deus.

## **5.2. Descrição dos estudos de caso de intervenção de design e artesanato: ArteCupira, ASSOCIAPE, CAATINGA e Ilha de Deus**

### **5.2.1. ARTECUPIRA**

Cupira é um município que está situado na Região Agreste de Pernambuco, no Planalto da Borborema. Sua distância para Recife é de 167 km. O seu nome provém da língua Tupi *kupi'ira* e significa abelha do cupim. Na época da realização da consultoria, em 2005, a população estava estimada, em média, em 22.000 habitantes. A agropecuária e a confecção de vestuários são as principais atividades do município. Apesar desse foco na produção de roupas, nos bairros em que visitamos, a confecção de mosqueteiros e enxovais para bebê era bem significativa. Nas conversas iniciais, com a representante da prefeitura local e líder comunitário do bairro Novo Horizonte, a ideia de se ter uma produção artesanal soava como uma estratégia para oferecer às participantes, dos projetos sociais que aconteciam junto à comunidade, uma ocupação que gerasse renda, pois esse grupo não fazia parte das atividades produtivas citadas anteriormente.

O grupo está localizado no bairro Novo Horizonte, periferia de Cupira, e já apresentava altos índices de violência e de envolvimento com drogas, na época. Existia um projeto social voltado para essa comunidade, que oferecia escola, creche, a promoção de atividades culturais e uma proposta embrionária de produção artesanal. A grande maioria das pessoas atendidas era de mulheres; um grupo de jovens era o mais interessado em fazer parte dessa proposta de produção, por não terem outro tipo de ocupação ou emprego que garantissem uma renda financeira.

No ano de 2005, a vice-prefeita da cidade de Cupira solicitou a realização de uma oficina de design para esse grupo do bairro Novo Horizonte. Um aspecto interessante desse pedido foi a informação de que as artesãs envolvidas, e os articuladores do projeto local, tomaram conhecimento sobre a existência de oficinas de design, e que queriam participar por estarem sentindo a necessidade de melhorar a produção. A solicitação foi acatada pelo Centro Pernambucano de Design e, a partir de então, realizamos um diagnóstico no mês de dezembro desse mesmo ano, e verificamos que a cidade não tinha a produção artesanal como uma das principais fontes de renda ou, mesmo, que

esta não funcionava como atrativo turístico, como acontece em algumas cidades da mesma região. No diagnóstico, registramos várias tipologias de produtos e de matérias-primas, que foram apresentados na ocasião: produtos feitos com madeira, tecido, plástico e massa de biscuit foram os mais frequentes; as peças eram confeccionadas a partir de cópias, de referências retiradas de revistas. Registramos bonecas de pano, caixas decorativas, lembrancinhas para recém-nascidos, potes de vidros, peso de porta, bolsas, almofadas, esculturas de palito e peças decorativas.

A oficina de design foi realizada efetivamente entre os meses de agosto a outubro de 2006, com encontros semanais e alguns quinzenais, totalizando oito encontros, e contou com um grupo de vinte participantes, os mesmos do momento do diagnóstico. No início das atividades, percebemos que o grupo queria desenvolver peças com a massa de biscuit, pois havia investido no material e nas ferramentas que serviam como moldes e gabaritos para produção. Como ponto de partida, utilizamos as ferramentas para a confecção de peças em biscuit e, ao invés de trabalhar a modelagem de bichinhos, ideia inicial das artesãs, estimulamos a criação de bijuterias, envolvendo esse material como matéria-prima e como atividade de criação. Até então, as experiências estavam funcionando: conseguimos trabalhar na construção de peças com a utilização de novas formas, com o uso de cores, composição e o grupo começava a acreditar no processo de criação diferenciado, sem precisar copiar as ideias das revistas que circulavam pela região. Após vários testes referentes à massa do biscuit, constatamos que o acabamento da superfície das peças sem um tratamento de impermeabilização não suportava o contato com a água e com o suor e, dessa forma, não seria um material adequado para produção de bijuterias. Após essa comprovação, as artesãs demonstraram desapontamento, e tivemos que recomeçar, com uma nova estratégia, trabalhando com a criação a partir de outro tipo de material.

Na sequência do desenvolvimento da oficina, promovemos a realização de uma sessão de *brainstorming*, o que resultou na sugestão de investimento em brinquedos educativos. Apresentamos outros tipos de materiais, como tecidos, feltro e couro sintético, este último material é conhecido na região do Agreste do Estado como bagum ou corino. O grupo concordou em realizar novos experimentos e o produto recomendado despertou interesse. A produção de bonecas de pano já existia, aproveitamos as características dessa confecção, as habilidades das meninas que sabiam fazer a costura à mão, cortar os tecidos, estimulamos o uso de novos materiais, de temas

infantis e criamos os produtos e os moldes necessários. Essa experiência deu certo e o grupo investiu nas ideias.

Figura 11 - Sede da ArteCupira no bairro Novo Horizonte



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 12 - Espaço interno da Sede da ArteCupira



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 13 - Peso de porta confeccionado em tecido. Registrado no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 14 - Boneca de pano. Registrada no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 15 - Personagens modelados em massa de biscuit. Registrado no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 16 - Potes de vidro com acabamento em massa de biscuit. Registrado no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 17 - Imagens da oficina de design realizada através do Centro Pernambucano de Design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 18 - Artesã produzindo a embalagem da boneca de pano



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 19 - Personagens modelados com massa do biscoito



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 20 - Testes de modelagem com a massa do biscoito



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 21- Colar produzido na oficina de design modelado com massa do biscoito



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 22 - Elaboração de novos usos para os personagens criados



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 23 - Pula-corda produzido em tecido e linha durante a oficina de design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 24 - Dados criados na oficina de design e produzido em bagum



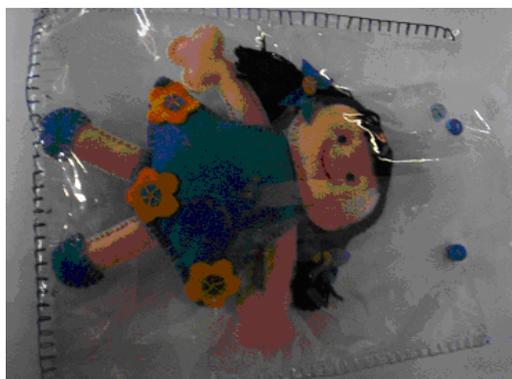
Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 25 - Bonecas de pano produzidas após as sugestões de melhorias na oficina de design e produzidas com feltro



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 26 - Boneca de pano com embalagem



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Na oitava edição da FENEARTE<sup>19</sup>, em 2007, a ArteCupira, nome escolhido pelas artesãs, fez sua primeira participação e, em apenas três dias de feira, vendeu todos os seus produtos. Diante desse resultado, o grupo continuou a produzir brinquedos educativos, com foco na participação em feiras e exposições. A proposta do tema, o tipo do produto e o público continuam os mesmos até os dias atuais, mas, novas criações são apresentadas em cada edição da feira citada; nesta última participação, por exemplo,

<sup>19</sup> A Feira Nacional de Negócios do Artesanato – FENEARTE – sempre é realizada no início do mês de julho de cada ano, e está na sua décima sétima edição. Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – MDIC - “A Fenearte é considerada um dos mais importantes eventos do segmento na América Latina. A riqueza dessa diversidade cultural será revelada na moda, na decoração, na gastronomia, na música em mais de 800 espaços. A mistura de raças, sotaques, costumes e matérias-primas é a essência deste encontro. A expectativa da organização é que a Fenearte receba cerca de 270 mil visitantes” (MDIC, 2010).

apresentaram sessenta opções de produtos, sempre trazendo brinquedos populares e educativos.

Após dez anos de intervenção de design, esse grupo continua a produzir artesanato e afirma ter sido fundamental o apoio inicial e a consultoria do Centro Pernambucano de Design, em parceria com o SEBRAE Caruaru. A liderança e articulação local continua a mesma, na pessoa da Fátima Lessa, que investe na produção e emprega atualmente trinta pessoas entre artesãs e artesãos, sendo a maioria artesãs. A ArteCupira, agora como nome fantasia, foi oficializada e transformada na Associação Artesanal e Cultural de Cupira (CNPJ- 14.184.884/0001-96), estando também vinculada ao Conselho de Moradores da Comunidade Novo Horizonte do município.

Figura 27 - Jogos educativos comercializados no Centro de Artesanato de Pernambuco - Unidade Recife



Fonte: a autora

Figura 28 - Jogos da velha produzidos em bagum



Fonte: a autora

Figura 29 - Estande da ArteCupira na FENEARTE 2016



Fonte: a autora

Figura 30 - Relógio infantil produzido em bagum



Fonte: a autora

Figura 31- Régua para medir a altura infantil produzido tecido e feltro



Fonte: a autora

Figuras 32 - Jogo resta um produzido em bagum e emborrachado



Fonte: a autora

### 5.2.2. ASSOCIAPE

A Associação dos Artesãos de Pernambuco – ASSOCIAPE - possui mais de quinhentos artesãos associados, e abrange toda Região Metropolitana do Recife. A sua sede fica localizada na Avenida General San Martin, n. 384, no Bairro do Cordeiro, em Recife/PE. Iniciou suas atividades em março de 1999, e tem como presidente a economista Maria das Graças Zózimo de Albuquerque. A associação surgiu a partir da necessidade de um grupo de pessoas, com diversas habilidades manuais, em unir forças para conseguir promover parcerias institucionais e obter visibilidade no mercado, através de apoio para capacitações e participação em feiras locais, regionais e nacionais e, principalmente, com o objetivo de fortalecer um grupo de artesãs e artesãos que desejavam, de alguma forma, oficializar o seu trabalho e possibilitar a geração de renda para suas famílias. Muitos desses associados têm como grau de escolaridade o nível superior completo, e outra boa parte o ensino médio e o básico.

Pelo número de produtores associados, pode-se imaginar a diversidade de materiais empregados por esse grupo. Podemos encontrar produtos desenvolvidos em madeira, papel, metal, linhas e aviamentos (aplicados a trabalhos manuais como crochê, bordados, costuras), tecido, vidro, sucatas, parafina, entre outros, com as mais variadas técnicas. Os principais produtos são: jogos para cozinha, quarto e sala, peças decorativas, esculturas, souvenirs, bonecas, quadros, jarros, bolsas, carteiras, bijuterias, necessários, almofadas, luminárias, lembrancinhas infantis, peças em porcelanas, entre outros. Essa associação não possui espaço físico fixo para vendas, como uma loja, por

exemplo; no entanto, os artesãos participam de uma feira mensal na pracinha de Casa Forte e têm o apoio da prefeitura.

As participantes e a liderança buscam promover a capacitação e profissionalização dos seus artesãos e, com isso, nos últimos anos, conseguiu parcerias importantes junto ao Governo do Estado de Pernambuco e SEBRAE. Dessa forma, o grupo já participou de várias palestras e cursos focados em sua produção, dos quais podemos citar como exemplo cursos e oficinas de design, planejamento de custos, montagem de planos de negócios, vitrinismo, e muitos outros. Com quinze anos de atuação, hoje a ASSOCIAPE possui clientes em todo território nacional, como também exporta peças artesanais para um mercado externo.

A parceria design e ASSOCIAPE existe desde 2004. Realizamos em média dez oficinas de design, com grupos distintos dessa associação de artesãos, além de workshops e palestras. As oficinas costumavam ser compostas entre oito a dez encontros e sempre planejadas com atividades para estimular a criatividade, a elaboração de experimentos e construção de protótipos. A apresentação do produto também era discutida, a forma de expor, a precificação, e alguns chegaram a investir, além da criação de novos produtos, na ideia da marca e da embalagem. Todas as oficinas foram pagas pelos próprios artesãos, alguns workshops também; já as palestras foram realizadas de forma voluntária.

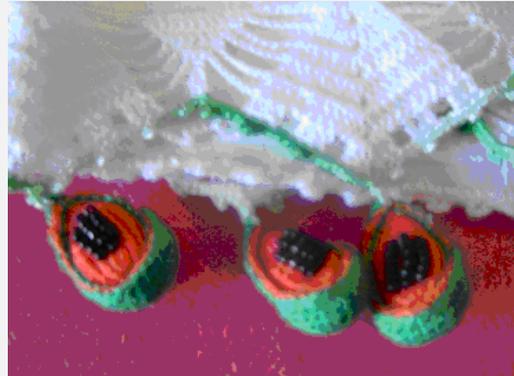
A associação procura participar de feiras e eventos durante todo o ano; uma das principais é a FENEARTE. Além das várias oficinas de design que desenvolvemos com este grupo, participamos, ainda hoje, das reuniões mensais como consultora voluntária. Toda última sexta-feira de cada mês o grupo de artesãos da ASSOCIAPE realiza uma reunião para alinhar o discurso entre os participantes, articular a participação em eventos, conversar sobre as produções, apresentar o surgimento de novos materiais ou técnicas que eles pesquisam e desenvolvem. Geralmente, ao final de cada encontro, ficamos com algum tema para tratar na reunião seguinte, já discutimos sobre processo de criação, como expor melhor o produto em estandes e barraquinhas de feiras, também sobre as características dos produtos, inserção de temas culturais e outros mais.

Figura 33 - Imagens do Diagnóstico realizado na sede da ASSOCIAPE, através do Centro Pernambucano de Design em 2004



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 34 - Pano de prato com acabamento em crochê. Registrado no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 35 - Prato de porcelana com pintura de flores. Registrado no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 36 - Caixa de madeira com a técnica da marchetaria. Registrada no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 37 - Roupas para bonecas produzidas em crochê. Registrada no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 38 - Bolsa feminina com acabamento em fuxico. Registrada no diagnóstico



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 39 - Imagens da oficina de design para ASSOCIAPE, através do Centro Pernambucano de Design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 40 - Imagens da oficina de design para ASSOCIAPE, através do Centro Pernambucano de Design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 41- Revisteiro produzido em MDF produzidos durante a oficina de design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 42 - Prato de porcelana e caneca produzidos durante a oficina de design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 43 - Peças em papel machê produzidas na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 44 - Almofadas confeccionadas com tecido juta produzidas na oficina de design



Fonte: Centro Pernambucano de Design

Figura 45 - Peças produzidas em tecido após as oficinas de design



Fonte: a autora

Figura 46 - Peças produzidas com a fibra rami após as oficinas de design



Fonte: a autora

Figura 47- Empresa Ramifica, que produz acessórios de moda e peças decorativas para casa. Participou das oficinas de design junto a ASSOCIAPE



Fonte: a autora

Figura 48 - Pulseiras coloridas produzidas após as oficinas de design



Fonte: a autora

Figura 49 - Participação da ASSOCIAPE em todas as edições da FENEARTE



Fonte: a autora

Figura 50 - Imagem interna do estande da ASSOCIAPE, em 2016



Fonte: a autora

### 5.2.3. CAATINGA

No ano de 2011, recebemos um convite para participar do Projeto Juventude, Arte e Cultura II, uma ação do Centro de Assessoria e Apoio aos Trabalhadores e Instituições Não Governamentais Alternativas – CAATINGA, com financiamento da PETROBRÁS. O público desta ação era constituído por jovens rurais, com a idade entre 14 e 18 anos, das cidades de Afogados da Ingazeira, Iguaracy, Granito, Ouricuri, São José do Egito, Triunfo e Santa Cruz da Baixa Verde.

Entre os anos de 2011 e 2012, atendemos cinco cidades, sendo elas: Afogados da Ingazeira<sup>20</sup>, que está localizada na microrregião do Pajeú do estado de Pernambuco, distante 386 km da capital, com uma população estimada em aproximadamente 36.700 habitantes. É considerada o segundo maior centro comercial dessa região, e sua economia está conformada também na pecuária, agricultura e avicultura; Granito<sup>21</sup>, localizada na Mesorregião do Sertão do estado, distante a 522 km de Recife, possui uma população aproximada de 7.500 habitantes e a pecuária é uma das principais atividades da economia local; Ouricuri<sup>22</sup>, localizada no Pólo Gesseiro do Araripe, no Sertão Pernambucano, distante 623 km da capital, tem o número de habitantes próximo dos 68.000. A agricultura, pecuária e indústria extrativa do gesso são as principais fontes da economia, sendo este último responsável por 95% de toda produção nacional; São José do Egito<sup>23</sup>, localizada na Macrorregião do Sertão Pernambucano e na Microrregião do Pajeú, tem uma população estimada em 33.000 habitantes, fica distante 404 km de Recife, na economia predominam as atividades do comércio e da agropecuária, com destaque para a suinocultura. Por último, a cidade de Triunfo<sup>24</sup>, que está localizada na parte setentrional do Vale do Pajeú, distante a 355 km de Recife, com uma população de 15.500 habitantes, e que tem sua economia voltada para agricultura, pecuária e turismo.

O projeto CAATINGA costuma promover o intercambio entre representantes dessas cidades, para discutir as soluções empregadas na agricultura familiar, que é o

---

<sup>20</sup> Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Afogados\\_da\\_Ingazeira#Economia](https://pt.wikipedia.org/wiki/Afogados_da_Ingazeira#Economia) - <http://afogadosdaingazeira.pe.gov.br/> Acesso em 10 de outubro de 2016

<sup>21</sup> Disponível em <http://www.granito.pe.gov.br/> -

[https://pt.wikipedia.org/wiki/Granito\\_\(Pernambuco\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Granito_(Pernambuco)) - Acesso em 10 de outubro de 2016

<sup>22</sup> Disponível em <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ouricuri> - Acesso em 10 de outubro de 2016

<sup>23</sup> Disponível em <http://saojosedoegito.pe.gov.br/novo/index.php> - Acesso em 10 de outubro de 2016

<sup>24</sup> Disponível em [https://pt.wikipedia.org/wiki/Triunfo\\_\(Pernambuco\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Triunfo_(Pernambuco)) - Acesso em 10 de outubro de 2016

carro-chefe dessa ONG, na pecuária, como também nas produções de doces e artesanato. No caso dos jovens rurais e a proposta da produção artesanal, cada grupo empregava um material diferente. O grupo de Afogados da Ingazeira e de São José do Egito, denominado Semente Jovem, trabalhava com a fabricação de bijuterias, nas quais utilizavam linhas, miçangas e sementes; O grupo denominado Os Jovens Com Fibra, de Triunfo e Santa Cruz da Baixa Verde, trabalhava com a fibra da banana, palha da costa e tecidos, produzindo caixas decorativas, porta-retratos, flores e jarros; O grupo Jovens Artesãos de Granito trabalhava com couro sintético, mas não dominava a técnica da confecção com o couro; mesmo assim, encontramos chaveiros e miniaturas de sandálias e chapéus; O Ybyrah, de Ouricuri, Brasil já tinha toda uma marcenaria montada por ações anteriores, e sua matéria-prima era a madeira, mas preferiam o MDF<sup>25</sup> e fórmicas para revestimento, vindas de São Paulo, com o custo muito alto. Os principais produtos fabricados pelos jovens do Ybyrah Brasil eram quadros temáticos, caixas decorativas, porta-lápis, porta-chaves e molduras.

Realizamos, em média, cinco encontros presenciais com cada grupo, além de encontros sobre mercado, na Região Metropolitana do Recife, e duas exposições para apresentação dos grupos e do resultado da consultoria (uma durante o Festival de Inverno de Garanhuns e a segunda na Rua da Moeda, no Recife Antigo). No processo de desenvolvimento das oficinas, trabalhamos criação e com alguns conceitos formais de um produto, seus atributos e características conceituais. Em todos os encontros, deixávamos uma tarefa equivalente ao que tínhamos discutido com os jovens, para ser entregue no próximo momento da oficina. Conseguimos gerar mais de setenta alternativas de produtos, alguns com ênfase na cultura local, a partir do imaginário dos jovens artesãos. A quantidade de produtos desenvolvidos, por grupo, passando pela fase de protótipo e finalização, resultou num total de 44 produtos (sendo: Semente Jovem = 10 produtos, Jovens com fibra = 9 produtos, Ybyrah Brasil = 14 produtos e Jovens Artesãos de Granito = 11 produtos). Além da criação de novos produtos, meta indicada no projeto e na nossa proposta de consultoria, realizamos também melhorias nos produtos antigos, principalmente melhoramentos ligados à técnica de produção e ao material empregado.

Nesse projeto fomos responsáveis pela apresentação visual dos grupos, em que estava contemplada a criação dos nomes e de suas marcas (com seus respectivos

---

<sup>25</sup> MDF - *Medium Density Fiberboard*, em português significa chapa de fibra de madeira de média densidade.

manuais, e aplicações como folder, banner, etiquetas de venda, embalagem para cada grupo), um catálogo do projeto JAC e os *Hotsites* do projeto JAC (Juventude Arte e Cultura). Todas as etapas e demandas do projeto foram cumpridas pela equipe de design, e tivemos todo o apoio logístico necessário da equipe do CAATINGA. Como sugestão do CAATINGA, eram realizados encontros trimestrais, como também outros encontros extras a depender das necessidades, com a finalidade de avaliar continuamente o projeto. Estes encontros foram proveitosos para ajustarmos a oficina às necessidades dos grupos e atendermos as suas sugestões.

Este projeto teve um diferencial em relação aos inúmeros que já havíamos participado: era um público muito jovem. Em cada grupo havia uma dupla de monitores que, junto com as técnicas, tentavam arrumar a equipe e articular os encontros. Apesar de todo aparato da instituição, e de todo esforço da equipe de design, boa parte dos jovens apresentava resistência em todo processo de criação, experimentação e execução das novas peças. Outra questão que dificultou a realização contínua das oficinas, conforme o cronograma e o planejamento, foi a frequente permuta de integrantes de alguns grupos, quebrando o andamento das aulas, pois tivemos que reiniciar as atividades e os processos construtivos em vários momentos. Com essa dinâmica, as tarefas passadas nas oficinas nem sempre eram executadas pelos jovens artesãos. Os protótipos dos produtos não foram executados no prazo combinado, dificultando a execução do catálogo e, também, a entrega de algumas peças encomendadas. Mesmo com todo registro referente à organização da produção, construído e compartilhado com os grupos, ao final apresentavam grandes dificuldades na sua implantação. Tarefas como mapeamento da produção e seus custos não foram fechados no total no período da ação.

Pensando também na inserção da produção dos grupos, investiu-se na participação dos grupos em eventos e feiras (como, por exemplo: FENAFRA, FIG, FENEARTE)<sup>26</sup>, oportunidades que foram articuladas pelo CAATINGA, sugeridos e acompanhados pela equipe de design. Durante todo o processo, os jovens artesãos, que participaram

---

<sup>26</sup> A participação dos grupos na 13ª edição da FENEARTE foi divulgada em vários sites na época, como exemplo: <http://www.folhadeexu.com.br/jovens-artesaos-de-granito-pe-vao-expor-na-13a-fenearte> - acesso em 10 de outubro de 2016 - <http://www.carlosbritto.com/jovens-artesaos-de-granito-vao-expor-trabalhos-na-13%C2%AA-fenearte/> - além de outros eventos, como as feiras populares - <http://www.caatinga.org.br/jovens-artesaos-de-granito-estao-entre-os-artistas-selecionados-para-o-projeto-cultura-livre-nas-feiras/> Acesso em 10 de outubro de 2016

efetivamente, demonstraram um grande respeito pelo projeto e pelas técnicas que os acompanhavam, e nas conversas nos repassavam suas expectativas construídas em relação à produção artesanal e ao conhecimento adquirido nas oficinas de design.

Figura 51 - Jovens artesãos de Granito durante uma conversa inicial sobre a oficina de design



Fonte: a autora

Figura 52 - Jovens artesãos de Granito em visita externa durante a oficina de design



Fonte: a autora

Figura 53 - Jovens artesãos de Granito em visita de reconhecimento dos principais ícones do município



Fonte: a autora

Figura 54 - Jovens artesãos de Granito em visita de reconhecimento dos materiais locais



Fonte: a autora

Figura 55 - Jovens artesãos de Triunfo durante uma conversa inicial sobre a oficina de design



Fonte: a autora

Figura 56 - Jovens artesãos de Triunfo em visita de reconhecimento de reconhecimento dos principais ícones do município



Fonte: a autora

Figura 57 - Jovens artesãos de Triunfo durante a aplicação de uma técnica de criatividade na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 58 - Jovens artesãos de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira durante a abertura da oficina de design



Fonte: a autora

Figura 59 - Jovens artesãos de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira durante a visita de reconhecimento dos principais ícones do município



Fonte: a autora

Figura 60 - Jovens artesãos de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira durante as atividades práticas na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 61- Jovens artesãos de Ouricuri durante a abertura da oficina de design



Fonte: a autora

Figura 62 - Jovens artesãos de Ouricuri realizando experimentos durante a oficina de design



Fonte: a autora

Figura 63 - Jovens artesãos de Ouricuri durante as discussões sobre definições e seleção dos produtos na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 64 - Jovens artesãos de Ouricuri planejando moldes e gabaritos na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 65- Bolsas desenvolvidas em Granito na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 66 - Chaveiros desenvolvidos em Granito na oficina de design



Fonte: a autora

Figura 67 - Molde desenvolvido junto ao grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira



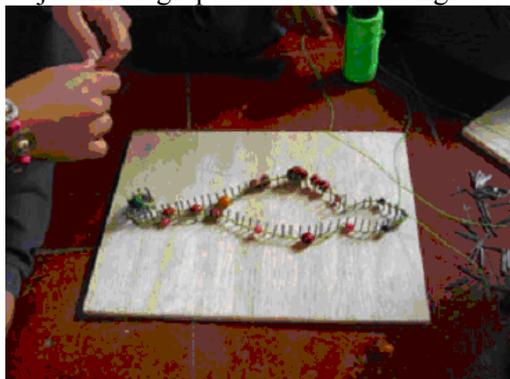
Fonte: a autora

Figura 68 - Jovens do grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira montando um gabarito para execução de peça decorativa



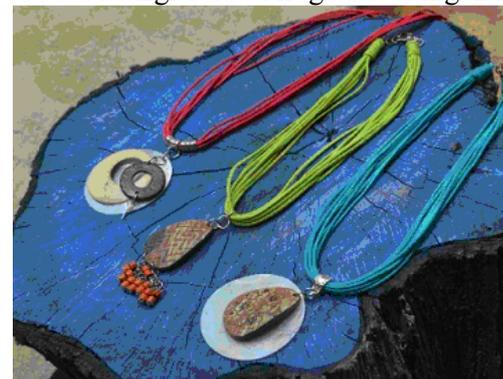
Fonte: a autora

Figura 69 - Peça sendo executada por uma jovem do grupo de São José do Egito



Fonte: a autora

Figura 70 - Colares executados pelo grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira



Fonte: CAATINGA

Figura 71- Técnica macramé sendo executada na construção de uma peça no grupo de São José do Egito e de Afogados da Ingazeira



Fonte: a autora

Figura 72 - Jovens artesãs de Triunfo analisando a produção desenvolvida durante a oficina de design



Fonte: a autora

Figura 73 - Desenvolvimento das peças com a palha da banana para montagem de flor junto ao grupo de Triunfo



Fonte: a autora

Figura 74 - Flor confeccionada com palha da banana e tecido pelas jovens artesãs de Triunfo



Fonte: a autora

Figura 75 - Porta-retrato produzido com a palha da banana e tecido pelo grupo de Triunfo



Fonte: CAATINGA

Figura 76 - Pulseiras produzidas com a palha da banana e tecido pelo grupo de Triunfo



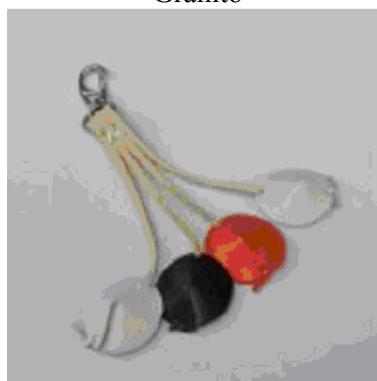
Fonte: CAATINGA

Figura 77- Experimento de carimbos em peças criadas com o grupo de Granito



Fonte: a autora

Figura 78 - Chaveiro confeccionado em couro sintético tingido pelos jovens artesãos de Granito



Fonte: CAATINGA

Figura 79 - Bolsa costura a mão pelo grupo de Granito



Fonte: CAATINGA

Figura 80 - Chaveiro confeccionado em couro sintético e acabamento com linha dos jovens artesãos de Granito



Fonte: CAATINGA

Figura 81- Chaveiros produzidos em couro pelo grupo de Granito



Fonte: a autora

Figura 82 - Jovens Granito analisando as peças criadas durante a oficina de design



Fonte: a autora

Figura 83 - Peças figurativas desenvolvidas em madeira pelos jovens artesãos de Ouricuri



Fonte: a autora

Figura 84 - Bloco de papel desenvolvido pelo grupo de Ouricuri



Fonte: a autora

Figura 85- Experimento de peça porta-recado produzido em MDF pelo grupo de Ouricuri



Fonte: a autora

Figura 86 - Peça confeccionada em MDF e pintada pelos jovens artesãos de Ouricuri



Fonte: a autora

Numa conversa realizada no dia 10 de outubro de 2016 com uma das técnicas do CAATINGA, que articulou todos os detalhes do projeto junto a PETROBRÁS, selecionou os jovens e acompanhou as oficinas de design, ela afirmou que atualmente os grupos não estão funcionando, que na época apenas o grupo de Ouricuri, o Ybyrah Brasil, continuou suas atividades; em seguida, esse mesmo grupo de jovens foi reduzido para cinco integrantes e também não funciona mais. Uma das explicações para esse resultado do projeto foi que muitos dos jovens que tinham a função de monitor conseguiram seus empregos, tendo hoje jovens trabalhando em prefeituras, escolas, bancos, algumas das meninas casaram e tiveram filhos, entre outras situações. Apesar dessa resposta sobre a produção artesanal parecer negativa, a representante afirmou que, para a formação pessoal e profissional desses jovens, o projeto contribuiu muito e que, por isso, a maioria está empregada atualmente, principalmente os que funcionavam como monitores.

Figura 87- Folder produzido para o CAATINGA, frente e verso

## + informações

**Artesanato Ybyrah Brasil**  
Sítio Lagoa do Urubu, zona rural S/N  
Ouricuri – Pernambuco – Brasil  
Ilzamar Lima de Barros  
55 XX 87 9124-5353  
Josias Lopes Valgão  
55 XX 87 9102-2779  
[ybyrah@caatinga.org.br](mailto:ybyrah@caatinga.org.br)

**Artesanato Jovem com Fibra**  
Triunfo – Pernambuco – Brasil  
Centro Sabiá  
55 XX 87 3846-1643  
Jamily dos Santos  
55 XX 87 8857-7080  
[jovem.fibra@hotmail.com](mailto:jovem.fibra@hotmail.com)

**Artesanato Semente Jovem**  
Afogados da Ingazeira, Igaraci e  
São José do Egito – Pernambuco – Brasil  
Maria Daniela do Nascimento  
55 XX 87 9997-3771  
Verônica Soares  
55 XX 87 9606-5409  
[sementejovem@hotmail.com](mailto:sementejovem@hotmail.com)

**Artesanato Jovens Artesãos de Granito**  
Granito – Pernambuco – Brasil  
Ediene Inácio  
55 XX 87 9141-6247  
Sâmia Belém  
55 XX 87 9161-3281  
[artes.granito@hotmail.com](mailto:artes.granito@hotmail.com)

Realização



Patrocínio



## Projeto Juventude, Arte & Cultura II



O Projeto Juventude, Arte & Cultura II (JAC): Gerando Renda para Jovens do Sertão, promove a capacitação de jovens rurais com habilidades técnicas para a produção de artesanato, estimulando os processos organizativos, de gestão e de comercialização, contribuindo para a geração de trabalho e renda, e para o fortalecimento da identidade e cultura regionais.

O projeto é desenvolvido pelas ONG's Caatinga, Centro Sabiá e Diaconia, com patrocínio da Petrobras, através do Programa Petrobras Desenvolvimento & Cidadania e envolve cerca de 400 jovens das zonas rurais do Sertão do Araripe e do Pajeú em Pernambuco.

Os grupos de jovens que estão envolvidos no JAC trabalham com o artesanato confeccionado a partir de matérias-primas típicas da caatinga como sementes, palhas, couro e madeira. O material utilizado é retirado da natureza de forma sustentável e com isso, além da profissionalização os jovens também desenvolvem a consciência ambiental.



Fonte: a autora

Figura 88 - Folder produzido para o CAATINGA, página interna, contendo as marcas desenvolvidas para os grupos

**jovem  
com fibra**

O grupo Jovem com Fibra é composto por jovens agricultores/as dos municípios de Triunfo e Santa Cruz da Baixa Verde. Utilizando a matéria-prima encontrada no campo, esses jovens criam peças singulares e auxiliam na preservação do meio ambiente.

Com a habilidade e a criatividade desses jovens, a fibra de bananeira, a fibra de coqueiro, madeira e sementes da caatinga são transformadas em arranjos, quadros e flores. Os produtos confeccionados caracterizam o artesanato local e decoram pontos turísticos da região.

**JOVENS ARTESÃOS  
DE GRANITO**  
PRODUTOS EM COURO

Com o intuito de resgatar os valores locais e promover o desenvolvimento socioeconômico das comunidades rurais e da juventude do campo, jovens se uniram e criaram o Grupo de Jovens Artesãos de Granito.

O grupo é formado por jovens de várias comunidades rurais do município, que trabalham com o artesanato em couro e tem como missão a geração de renda e conscientização da juventude rural, através do trabalho artesanal complementando a agricultura familiar e resgatando a cultura com base na economia justa e solidária e na agroecologia.

**artesanato  
semente jovem**

O grupo Semente Jovem tem o intuito de melhorar a renda dos jovens, e promover o protagonismo da juventude rural, contribuindo com o desenvolvimento sustentável de suas comunidades e gerando oportunidades para que esses, permaneçam no campo.

O grupo é formado por jovens agricultores/as dos municípios de Afogados da Ingazeira, São José do Egito e Igaraci que desenvolvem atividades agrícolas e não agrícolas, buscando diminuir o êxodo rural, dando oportunidade para trabalharem e terem sua própria renda, valorizando a cultura local e respeitando o meio ambiente.

**YBYRAH  
BRASIL**

O Ybyrah Brasil é um grupo de produção de artesanato do Sertão Pernambucano, que trabalha com a confecção de artefatos em madeira, visando a geração de renda para jovens rurais do município de Ouricuri (PE), bem como a conscientização desses nos aspectos políticos, sociais, e ambientais, baseado nos critérios da economia justa e solidária.

Atualmente, os jovens do Ybyrah produzem uma linha de artigos para escritório (bloco, porta-cartão, porta-lápis, risque-rabisque) e outros produtos como porta-jóias, porta-retratos, porta-chaves, quadros decorativos, etc.

Fonte: a autora

#### 5.2.4. ILHA DE DEUS

A Ilha de Deus é uma comunidade do Recife, originalmente era uma vila de pescadores, que começou a ser habitada na década de 1950. Por causa de sua formação geográfica o acesso não era fácil, e por esse motivo poucas pessoas moravam efetivamente na ilha nessa época; geralmente muitos que pescavam na região moravam no entorno, no bairro da Imbiribeira, sendo a Ilha um ponto de apoio para esses trabalhadores. Essa comunidade está inserida numa zona especial de proteção ambiental, constituída por mangues e por isso conhecida como Parque dos Manguezais, cuja renda de 65% das famílias moradoras depende do trabalho da pesca de peixe, marisco, sururu, caranguejo e dos viveiros de camarão, e também de programas assistenciais, o mais presente é o programa do Bolsa família, que contempla 53,8% das 312 famílias que vivem na comunidade (SEPLAG, 2007).

A intervenção de Design foi resultado de um investimento da Secretaria da Mulher do Estado de Pernambuco, nos anos de 2009 e 2010, em parceria com o Instituto Ensinar de Desenvolvimento Social - IEDES<sup>27</sup>. O projeto tinha como título *Projeto Cidadania Feminina, trabalho e renda na Ilha de Deus*. Trabalhamos com dois grupos de vinte mulheres, em média. No primeiro grupo quase todas as mulheres tinham filhos, eram donas de casa, com baixa escolaridade e não eram artesãs. No entanto, tínhamos uma participante que estava concluindo a faculdade e era o orgulho da família. O segundo grupo era formado por jovens adolescentes, algumas já tinham concluído o ensino médio, mas não tinham interesse em investir num curso superior, também não eram artesãs. Assim como Cupira, também existe um projeto social dentro da comunidade, esse projeto oferece escola, creche, atividades culturais e esportivas, e tem uma parte dos financiamentos garantidos por um grupo religioso da Alemanha. Além de uma contribuição financeira, existe uma prática de intercâmbio entre os jovens dos dois países (Brasil e Alemanha), que passam um período de seis meses nas respectivas comunidades.

Antes da oficina de design, algumas moradoras da Ilha de Deus, através desse projeto social, haviam participado de um curso que ensinou a fazer flores com marisco e bolas decorativas. Após esse curso, receberam um pedido do grupo da Alemanha e produziram três mil flores de mariscos. Todas as mulheres envolvidas estavam

---

<sup>27</sup>Disponível em <http://www.institutoensinar.org/> Acesso em 19 de julho de 2016

empolgadas com o retorno financeiro que esse pedido traria. No entanto, como o processo de montagem das flores era com a utilização de cola quente, todas as peças chegaram ao destino desmontadas e o pedido foi totalmente perdido. Com esse episódio as mulheres ficaram sem estímulo e desacreditadas para investir na produção artesanal.

Nesse cenário, as oficinas com a equipe de design foram iniciadas e os encontros aconteciam três vezes por semana e, em paralelo, também eram realizados momentos semanais focados na Gestão de Grupo. Todas as participantes recebiam as ferramentas necessárias à produção, usavam bolsas e roupas do projeto e tinham a alimentação garantida. No processo de criação e execução das oficinas, empregamos as matérias primas locais, como a casca do marisco e a fibra do coqueiro. As mulheres contavam com o apoio dos pescadores locais para a coleta dos mariscos no mar; já a fibra do coqueiro também era extraída com a ajuda dos maridos, amigos e/ou irmãos das artesãs. Conseguimos desenvolver com as mulheres mais de vinte produtos; planejamos a produção, definimos os papéis e as responsabilidades das mulheres integrantes do grupo “Mulheres artesãs da Ilha de Deus”, organizamos e definimos as características técnicas dos produtos e colaboramos com a execução de catálogo dos produtos, para divulgação no mercado.

Tínhamos um cenário propício para obtenção de resultados positivos com o grupo de artesãs da Ilha de Deus. Resultados refletidos na empolgação das mulheres, na venda que começava a surgir através de encomendas, exposições, participação em feiras locais e nacionais. Durante todo o período da nossa atividade junto à comunidade, aconteceram intervenções urbanísticas, que acabaram transformando o estilo de vida das pessoas, de forma a alterar significativamente o cotidiano dos moradores da Ilha.

Desde o início do governo de Eduardo Campos, em 2007, acompanhamos algumas ações estruturais na comunidade da Ilha de Deus. Nesse período, foi implementado um projeto piloto voltado à urbanização da Ilha. Este projeto, relativo à instância Estadual, trabalhou diretamente na infraestrutura e no saneamento básico da comunidade; com isso disponibilizou novas construções, tanto das moradias quanto das instituições religiosas, educacionais, de comunicação e de saúde. Para a realização desse projeto, quase todas as construções existentes na Ilha foram demolidas, para dar lugar a novas edificações. Nesse processo, de início, uma equipe do governo do Estado (formada por assistentes sociais, arquitetas, engenheiros) e algumas lideranças da própria comunidade, acordaram com os moradores da comunidade um formato de indenização

para a população, de forma que os donos de imóveis não teriam prejuízos e aqueles que viviam de aluguel teriam um auxílio moradia durante o período das obras das moradias.

Com essa intervenção estrutural e urbanística, de grande impacto na comunidade, os pescadores foram convidados a fazer parte da equipe responsável pelas construções. Assim, os homens da ilha foram relocados e deixaram o exercício da pesca para serem pedreiros, auxiliares, carregadores, faxineiros das obras. Para isso eles recebiam um salário fixo mensal, o que era de grande interesse para as famílias. A efetivação do projeto previa a derrubada das palafitas, como também, vários coqueiros e outras árvores. Além disso, os homens deixaram de pescar e, dessa forma, deixaram de fornecer a principal matéria prima do grupo de artesãs. A quantidade de marisco diminuiu muito e as mulheres passaram a contar com a doação de outros amigos pescadores em outras localidades, o que não acontecia com frequência. Além da dificuldade com a matéria prima, muitas famílias, no período das construções, saíram da Ilha e não voltaram mais. Algumas integrantes faziam parte dessas famílias e começaram a deixar a ilha, e o grupo teve uma grande redução na equipe. Aspectos como separação, baixa-estima e dificuldade com a coleta dos materiais enfraqueceram o grupo das artesãs da Ilha de Deus. Atualmente, algumas mulheres ainda trabalham na produção das peças, mas em pouca quantidade, o que não gera uma renda significativa para a comunidade.

Percebemos nessa experiência o quanto desalinhado são as propostas dos projetos demandados pela instituição do Estado na atuação da Ilha de Deus. A intervenção de design durou dois anos, gerou despesas, estimulou a criação de um grupo produtor e de parcerias, gerou expectativas nas mulheres, mas não provocou a sustentabilidade imaginada e afirmada no discurso que ouvimos no momento do diagnóstico e da mobilização com as mulheres. Ao mesmo tempo, temos certeza de que o capital humano de algumas artesãs foi fortalecido, e algumas continuam com o desejo de melhorar de vida através da produção artesanal.

A perspectiva do desenvolvimento e do progresso local, como na maioria das vezes, não considerou as relações sociais e familiares da comunidade da Ilha de Deus. Entendemos que as discussões iniciais na concepção e no planejamento de um projeto urbanístico como esse deveriam integrar a preocupação com as pessoas, ou seja, deveriam preservar os recursos humanos e suas potencialidades. Esta situação nos remete a ações marcadas e influenciadas pelo ideário de progresso e desenvolvimento realizados na primeira metade do século XX, sob a interventoria de Agamenon

Magalhães. Segundo Almeida (2001) em Recife houve várias intervenções urbanísticas regidas pelo discurso de “higienização”, onde não bastava apenas construir, mas sim destruir aquilo que era considerado “insalubre”, feio, escuro, atrasado, o que significava e justificava as ações verticalizadas do governo. Ainda de acordo com Almeida (2001), a transformação da cidade significava uma nova vida para os seus moradores, assim, “Este novo tempo caracterizava-se não somente pelas transformações físicas da cidade, mas, essencialmente, pela mudança radical a ser operacionalizada no *modus-vivendis* de seus habitantes” (ALMEIDA, 2001, p. 127)<sup>28</sup>. Trazemos esta passagem da autora Almeida (2001) para ilustrar uma prática de intervenção urbanística, com características e ideias de desenvolvimento apenas estrutural, que é empregada até os dias atuais.

Mas esse episódio no cotidiano da Ilha, e na vida das mulheres envolvidas no projeto da produção artesanal, trouxe dificuldades para a manutenção do grupo. Presenciamos a participação da Ilha de Deus em duas edições da FENEARTE, quando ainda tinham o apoio do governo estadual. Atualmente o investimento do projeto social está voltado para o ecoturismo, com passeio de catamarã e visitas a comunidade.

Figura 89 - Imagem da oficina de design na Ilha de Deus



Fonte: a autora

Figura 90 - Teste da pintura no marisco, principal matéria-prima da Ilha de Deus



Fonte: a autora

<sup>28</sup> A discussão sobre esta prática de urbanização na cidade do Recife, como também na Ilha de Deus, foi aprofundada no trabalho apresentado ao VIII Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural - ALASRU – 2010, LAURENTINO, Auta L. e ALMEIDA, Maria das Graças Ataíde de.

Figura 91- Encontro realizado para definição dos produtos a serem elaborados e melhorados



Fonte: a autora

Figura 92 - Grupo de artesãs que participaram da montagem de uma exposição na comunidade



Fonte: a autora

Figura 93 - Teste de tingimento da manta do coqueiro



Fonte: a autora

Figura 94 - Flores produzidas com marisco



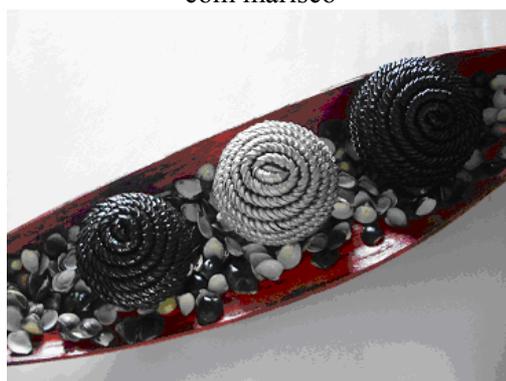
Fonte: a autora

Figura 95- Peça produzida com a manta do coqueiro sem tingimento



Fonte: a autora

Figura 96 - Bola decorativa confeccionada com marisco



Fonte: a autora

Figura 97 - Flores produzidas com a manta do coqueiro tingida



Fonte: a autora

Figura 98 - Testes das amarrações dos mariscos



Fonte: a autora

Figura 99 - Anel produzido com marisco e palha da costa



Fonte: a autora

Figura 100 - Processo de montagem da bola decorativa confeccionada com mariscos



Fonte: a autora

### 5.3. Análise sobre as intervenções de design

A descrição dessas experiências, vivenciadas com os grupos de artesãos de Cupira, ASSOCIAPE, Ilha de Deus e CAATINGA, servem para ilustrar vários aspectos que compõem o desafio de quem realiza consultoria na área de design e artesanato. As ações explicitadas acima foram realizadas através de investimentos distintos. A intervenção do grupo de Cupira aconteceu a partir de uma parceria entre o SEBRAE e a prefeitura local. Por ser uma experiência com maior tempo de acompanhamento, a ação junto à ASSOCIAPE teve, por um período, o apoio do SEBRAE; no entanto, realizamos várias oficinas e *workshops* em que os próprios artesãos custearam suas capacitações. O projeto da Ilha de Deus foi totalmente financiado pelo Governo do Estado, através do IEDS com verba da Secretaria da Mulher. O grupo JAC – Juventude Arte e Cultura

teve o projeto aprovado na PETROBRÁS e foi executado diretamente pelo CAATINGA. Este grupo envolvia jovens filhos de agricultores.

A importância dessa distinção é necessária para que possamos entender que os grupos, em sua maioria, tinham que atingir as metas indicadas nos projetos firmados e cobrados pelas instituições. Dessa forma, Cupira, Ilha de Deus e CAATINGA são exemplos reais de ação focada em resultados quantitativos, enquanto que na ASSOCIAPE, por ter um público que sobrevive do artesanato, as metas eram individuais, ou seja, o artesão participante estava disposto a trocar experiências e entender o processo criativo do designer. Mesmo que a oficina tenha sido promovida em alguns momentos pelo SEBRAE, o interesse pelo desenvolvimento da produção artesanal era mais presente. A principal dificuldade, por exemplo, em atender os jovens do CAATINGA, era a falta de comprometimento e de interesse pela produção artesanal e pela própria intervenção de design, e isso gerava uma troca permanente dos integrantes dos grupos em suas respectivas cidades. Como o projeto tinha que atingir suas metas, os jovens eram substituídos com frequência, e todo o planejamento e desenvolvimento das oficinas de design foram mais difíceis de serem executados; mas bons resultados foram alcançados quando falamos em criação de produtos, nos jovens que participaram de todo o processo de intervenção.

Trazendo para discussão a questão de classificação, temos em Cupira, Ilha de Deus e CAATINGA a produção mais voltada para o artesanato, enquanto que na ASSOCIAPE temos, em sua grande maioria, a produção de trabalhos manuais. Vimos na nossa trajetória empírica que algumas instituições financiadoras, e até mesmo alguns profissionais, priorizam o fazer artesanato e não investem no trabalho manual. No entanto, além da grande demanda em nosso estado para ações de design nesse segmento, oferecer a oportunidade de capacitação para quem produz trabalhos manuais pode surpreender e gerar resultados positivos, como o estímulo à geração de renda para uma comunidade com problemas de empregabilidade, podendo melhorar a autoestima de jovens, homens e mulheres, e promover uma produção local pouco valorizada, por exemplo.

Pensando na promoção da produção artesanal, os projetos de intervenções aqui descritos exemplificam uma relação que existe entre a equipe de design, a instituição promotora da ação e os artesãos envolvidos. São relações que o profissional de design deve atentar para poder criar alternativas no seu planejamento de ação. Novamente, Ilha de Deus e CAATINGA tinham grupos de pessoas com interesses diferentes dos das

instituições que promoveram a intervenção de design. Cupira, um dos grupos apoiados por uma instituição, por ter um articulador local com interesse em manter a produção funcionando, apresentou resultados positivos de produção e de vendas, que se mantém até os dias atuais. Muitos artesãos da ASSOCIAPE também conseguiram melhorar e ampliar suas produções.

Os integrantes dos grupos da Ilha de Deus e CAATINGA tinham características e interesses diferentes e não, necessariamente, eram os mesmos interesses das instituições que estavam promovendo as ações, e que cobravam a existência de uma produção artesanal. Vendo numa perspectiva diferente, podemos considerar também, como resultado, as relações construídas pelas pessoas da comunidade durante a ação de intervenção, as discussões que foram geradas para estimular soluções de problemas diários, a apropriação de alguns participantes no que se refere ao processo de produção, as técnicas experimentadas, a troca de saberes, de elogios, de estímulos entre os envolvidos, a ampliação da rede de contatos, as lideranças que surgem; essas vivências devem ser contabilizadas como resultado adquirido num processo de intervenção, em todos os casos e grupos aqui explanados, entendendo que essas experiências fortalecem o capital social e o capital humano. As pessoas da Ilha de Deus, por exemplo, após todo investimento em capacitações, verificaram que o turismo ecológico seria mais interessante para a comunidade em relação à geração de renda, ficando o artesanato como um dos elementos atrativos; os jovens do CAATINGA buscaram novas experiências e hoje estão estudando, trabalhando em seus empregos ou envolvidos com a produção familiar; ou seja, entendemos que de alguma maneira, seja pelo método ou pelo estímulo a criação, as intervenções de design contribuíram para tomadas de decisões dessas pessoas, que buscaram uma forma de sobrevivência mais provável no seu cotidiano.

Quanto aos produtos gerados nessas intervenções, aplicamos diversos métodos de criação, em que a matéria prima poderia ser o ponto de partida; temas relacionados à cultura local poderiam ser utilizados de maneira estratégica, e, também, as técnicas de produção poderiam indicar a configuração e processo de criação de um produto. Foram feitos experimentos a partir dessas três possibilidades, sabendo que o artesanato está ligado ao turismo, e que muitos consumidores buscam por peças figurativas ou souvenirs com características locais. Também para atender a área de decoração e ambientação, trabalhamos com a geração de peças geométricas, sintéticas, monocromáticas, coloridas, temáticas ou não, exploramos os materiais e suas texturas,

ou seja, realizamos distintos ensaios em que os grupos puderam experimentar e decidir qual o partido ou estilo de artefatos gostaria de empregar na produção, após as orientações de identificação de público e mercado. A aplicação desse método de trabalho funciona com design e artesanato, e assegura que os participantes tenham a oportunidade de circular e planejar, a partir das intervenções, artefatos que possuam características distintas e que possam ser norteados pelas classificações encontradas e oficializadas por quem produz, expõe, compra e vende artesanato.

Todas essas variáveis apresentadas estão presentes numa ação de intervenção de design, o que torna complexa a relação entre os atores envolvidos e um modelo de gestão fixo. Por isso, propomos a elaboração de um modelo de gestão participativa, em que o designer possa perceber as dificuldades com antecedência, em todas as instancias e atores envolvidos, no caso de ter interesse em executar uma ação de intervenção. Participamos de inúmeras ações em que o interesse das instituições não estava de acordo com a necessidade local, por exemplo. Além disso, alguns grupos são tão carentes de políticas públicas, que promovam a qualidade de vida das pessoas, que ao tomarem conhecimento sobre a realização de uma ação (um curso, uma oficina ou um *workshop*) acabam se envolvendo, mas nem sempre se identificando com a proposta de trabalho/consultoria.

Em relação às várias funções que o designer pode assumir, nesses quatro casos apresentados, tivemos a experiência como designer gestor e designer de produto. No próximo capítulo explicamos as funções que o profissional pode adquirir.

## **6. A CONSTRUÇÃO DE UM MODELO DE GESTÃO DE PROJETOS DE DESIGN PARA O ARTESANATO**

A partir de pesquisas, experimentos e análises feitas durante a experiência empírica com design e artesanato, sentimos a necessidade de apresentar um roteiro de trabalho de maneira sistemática, como também, de trazer um modelo de gestão do design que colabore para o entendimento dos papéis dos atores envolvidos, explicitando como a participação de cada um pode contribuir para a obtenção de resultados que atendam às necessidades de quem procura melhorar o seu processo produtivo, a criação e o planejamento de artefatos, através de uma intervenção de design.

### **6.1. Descrição das funções do design gestor no artesanato**

Como já dissemos, sendo profissional da área de design de produto, participamos das ações de design com atuações distintas, algumas vezes como designer, outras como designer gestora e, por fim, apenas gestora. Nessa trajetória, nos deparamos com diversas situações que nos levaram a refletir sobre quais seriam as melhores alternativas para solucionar os problemas encontrados, ou mesmo de que forma devemos planejar as ações, para evitar imprevistos durante a realização do trabalho junto aos artesãos.

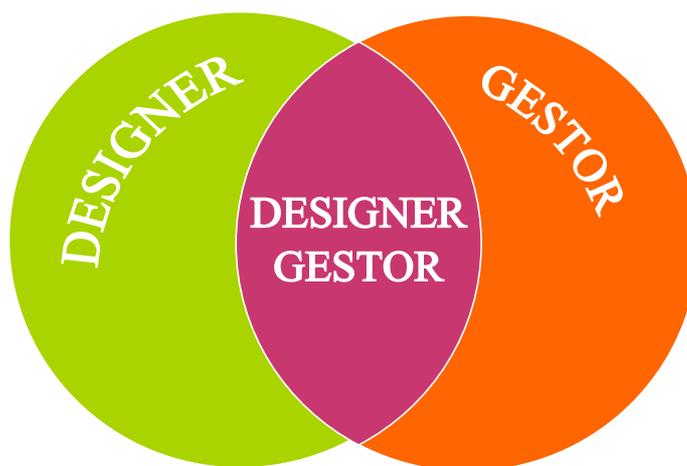
Estamos falando não apenas do problema encontrado no produto artesanal ou nas etapas de execução, mas, além desses, de dificuldades descobertas no pós-diagnóstico, relacionadas, por exemplo, com a formação dos grupos, com a indicação da matéria prima e sua conservação, com a definição dos papéis dos atores envolvidos, com a distribuição das tarefas no processo de produção, entre outros aspectos, que envolvem a gestão da ação e que discutiremos nesse espaço do trabalho. Um dos principais problemas acontece logo no início, na realização do diagnóstico, que é um momento importante de levantamento das necessidades e do perfil do grupo. Um diagnóstico mal executado pode levar a consequências graves no desenvolvimento de uma intervenção; essa situação também é apontada por Freitas (2011) como uma dificuldade recorrente:

Durante a participação em campo em vários projetos institucionais, ..., foi possível observar que os diagnósticos eram realizados, na maioria das vezes, sem a contribuição direta de profissionais de design de produto, principalmente com o enfoque na produção, ou seja, com o olhar direcionado para a oferta de matéria-prima, para o artesão-

produtor e o processo produtivo, para o mercado e para a cadeia produtiva. (FREITAS, 2011, p. 26)

Nossa finalidade, com essa descrição, é indicar a maior quantidade possível das funções e suas competências assumidas pelo designer, quando o assunto é consultoria de design na produção de artefatos artesanais. Ilustramos essas funções no gráfico 02 elaborado abaixo:

Gráfico 06 - Funções que o designer pode assumir



Fonte: a autora

A função que o designer irá assumir está diretamente ligada ao que for acordado na proposta de trabalho, podendo, em alguns casos, sofrer ajustes durante o desenvolvimento da consultoria de design. No entanto, na maioria das vezes, a função acordada junto à instituição parceira é definida no início da ação. Apresentamos, a seguir, a descrição de cada função que o profissional pode admitir na atuação no ambiente artesanal.

#### 6.1.1. Função de designer

A função de designer aqui adotada se refere diretamente ao trabalho de pesquisa, criação e execução de artefatos com todas as etapas metodológicas empregadas pelo profissional de design. A saber, essa execução de artefatos de início era feita isolada dos artesãos; com as experiências acontecendo, vimos que deve ser realizada em parceria

com o grupo envolvido. Trazendo para nossa discussão, ao assumirmos a função de designer numa consultoria voltada para produção artesanal, podemos vislumbrar diversas situações. A mais comum, quando se trata de uma ação demandada por alguma instituição, é se deparar com um diagnóstico pronto, com prazo e período já definidos, artesãos selecionados, local de execução e parcerias já deliberados, além de outros aspectos e acordos predefinidos, dos quais o designer não tem a oportunidade de presenciar ou definir com o grupo a ser trabalhado. Mas o contrário dessa situação também existe, quando o designer entra na ação desde o início, e realiza o diagnóstico: além de realizar a consultoria, o designer participa de reuniões com os parceiros da ação, e é responsável pela elaboração da documentação desta, através de relatórios.

#### 6.1.2. Função de designer gestor

Um designer gestor geralmente está envolvido em todas as etapas do processo de uma ação. Desde a etapa do diagnóstico, em que percebe características do grupo a ser atendido, idealiza qual a equipe que deve estar envolvida na ação, que parcerias são necessárias e como o planejamento deve ser feito, além de outros aspectos, até as demais etapas como: realização das oficinas, acompanhamento do grupo de artesãos, articulação com os parceiros e também com o mercado. Nessa função, o designer está presente praticamente em todos os momentos, e é responsável pela seleção dos artesãos, pela criação dos artefatos, pela seleção e indicação de melhorias, sugestão de materiais, acompanhamento da equipe envolvida, seja dos artesãos ou dos profissionais participantes. Também integra e solicita reuniões, elabora relatórios, entre outras funções. Trata-se de uma função que privilegia o entendimento e funcionamento geral da ação. Esse formato também pode gerar mais cobranças e responsabilidade para o designer, referentes à participação dos atores, o cumprimento das metas e dos resultados.

#### 6.1.3. Função de gestor

Quando a função do designer é focada mais na gestão, várias etapas citadas anteriormente fazem parte do desempenho desse profissional, como a realização de diagnóstico, a seleção dos artesãos e da equipe que atuará na ação de design e em outras

ações que acompanham as atividades junto ao grupo. Segue a ação em todas as suas etapas, da negociação inicial a realização das oficinas, participa de reuniões, elaboração de relatórios, pesquisa mercadológica, busca por parcerias, realiza cobranças dos parceiros quando é necessário, entre outras colaborações. Mesmo com essa função de gestão, o designer pode não se privar de integrar a equipe de criação dos artefatos. No caso do profissional preferir assumir o papel apenas de gestor, ele tem a possibilidade de conduzir uma quantidade maior de grupos, ao mesmo tempo, em ações de design.

## **6.2. Descrição das etapas de uma ação de design**

As etapas apresentadas a seguir são primordiais para a realização de uma ação de design. Alguns pontos devem ser considerados durante a preparação da proposta, são eles: percepção da demanda, diagnóstico, seleção dos artesãos, planejamento detalhado da ação, com a indicação de metas e dos resultados, além da indicação das obrigações entre os parceiros são os pontos que discutiremos a seguir:

**a. PERCEPÇÃO DA DEMANDA** – Essa percepção pode acontecer a partir de uma instituição – governamental ou não governamental, associações, cooperativas - e/ou uma pessoa física - como um líder comunitário ou um morador de uma localidade, um designer, um assistente social, ou outro profissional que conhece uma comunidade e entende que existe uma oportunidade de implementar ou melhorar uma produção. Quando tratamos com alguma instituição, geralmente, existe uma demanda atrelada a outras áreas e interesses, como por exemplo, o turismo, o fortalecimento ou manutenção de uma produção tradicional e reconhecida, em que tal instituição já desenvolve projetos. Muitas das ações das quais participamos foram demandadas por instituições governamentais, como SEBRAE, Governo do Estado - através da Secretaria da Mulher, EMBRATUR, UFPE, Prefeituras. Outras não governamentais, como CAATINGA, Visão Mundial, SERC, Escola Livre, IEDES. Todas elas já chegaram com um plano de ação traçado e o diagnóstico feito.

**b. REALIZAÇÃO DO DIAGNÓSTICO** – Consideramos o diagnóstico uma das etapas mais importantes para que uma atuação de design seja possível

de ser realizada com obtenção de resultados positivos. Em um diagnóstico, deve-se perceber qual o interesse por parte de quem irá receber a consultoria, se é um interesse real, assim como o de quem patrocina e também dos parceiros. Neste ponto, a proposta de consultoria deve estar alinhada aos interesses de todos os atores envolvidos. Buscar informações sobre o grupo produtor, identificar os artesãos interessados, mapear as suas necessidades, dialogar sobre a proposta de projeto com os artesãos, explicar a finalidade dos parceiros e provedores, indicar quais os resultados desejados, são ações que devem fazer parte do diagnóstico.

Na nossa experiência, os casos em que o designer integrou a equipe de diagnóstico possibilitaram uma participação contínua do grupo, e promoveram ações e resultados positivos para todos os envolvidos. Já nos casos em que o diagnóstico já foi entregue pronto, em sua maioria, verificou-se mais problemas durante a execução da consultoria, como por exemplo: questionamentos sobre retorno financeiro, participação não contínua dos integrantes, reajustes frequentes dos dias e horários dos encontros, improvisos com mais frequência, dificuldade com os parceiros em relação a espaços físicos, resistência mais presente na etapa de melhoria ou desenvolvimento dos artefatos artesanais, entre outros aspectos.

**c. SELEÇÃO DOS ARTESÃOS** – Buscar entender as necessidades reais e o interesse em participar de uma ação de design, como dito antes, é primordial nessa etapa. Quando esse entendimento não se dá em relação ao grupo, ou grupo não entende a proposta, acontece naturalmente a desistência e a agregação de artesãos em várias etapas da consultoria. Esse ciclo, de entrada e saída, acaba gerando dificuldades no próprio grupo e a possibilidade dos resultados não serem atingidos aumenta.

**d. PLANEJAMENTO E NEGOCIAÇÃO DAS ETAPAS DA AÇÃO** – Ao se receber a proposta da ação de design com algumas etapas encaminhadas, como diagnóstico e seleção dos artesãos, o designer deve apresentar todo o planejamento da oficina, com a descrição das etapas, metodologia, cronograma, metas e resultados esperados. Esse planejamento deve ser negociado com o grupo de artesãos para que eles percebam se suas necessidades serão atendidas, também se concordam com os dias e horários programados, com as metas e

resultados sugeridos. Caso contrário, todo o planejamento deve sofrer alterações de maneira que atenda às exigências do grupo. Esclarecer quais as metas e os resultados esperados é importante para todos os envolvidos na ação de design. Assim como a descrição das obrigações de cada participante.

**e. INDICAÇÃO DAS OBRIGAÇÕES ENTRE PARCEIROS** – Os atores envolvidos numa ação de design devem prever quais são as suas obrigações diante da proposta. A articulação com os artesãos, a compra de materiais, a execução das peças artesanais, disponibilização do espaço físico para realização das oficinas, participação em reuniões, realização de registros e documentação, são algumas dessas obrigações que estão atreladas a uma ação desse tipo.

Na maioria dos casos, estão envolvidos a instituição que patrocina a demanda, o artesão, o designer, além de outros parceiros que contribuem com a logística local. Todos devem perceber quais são as suas responsabilidades, os seus papéis durante a ação; apenas dessa forma, com o comprometimento de todos, é que a consultoria poderá ser realizada dentro do planejado, podendo atingir os resultados desejados.

**f. REALIZAÇÃO DAS OFICINAS DE DESIGN** – Após todos os detalhes iniciais formalizados, como a identificação da demanda e sua comprovação a partir do diagnóstico, bem como a seleção do grupo a ser trabalhado e todo planejamento aprovado pelas partes interessadas, dá-se início aos encontros que costumamos chamar de OFICINAS DE DESIGN. São encontros em que o designer executa exercícios práticos sobre as características e os atributos que os artefatos possuem, seja ele artesanal ou industrial. Geralmente, cada oficina se concentra em uma dessas características ou atributos dos produtos para trabalhar com os artesãos. O grupo pratica o tema do encontro já na execução de uma peça artesanal, ou seja, o indivíduo passa pelo processo de criação e execução do seu produto. Com isso, diversas alternativas são geradas nessa etapa. Quando já se entende com certo domínio os temas explorados, passa-se para etapa de seleção e execução de modelos, que são avaliados com critérios sugeridos pelo designer e acordados com os integrantes do grupo. Quando o grupo permanece desde o início e participa ativamente, os

resultados contidos com a produção de artefatos tendem a ser satisfatórios. Os artesãos entram no universo do designer e, ao mesmo tempo, o designer entende o contexto dos artesãos. Trata-se de uma troca de conhecimentos, e não de uma “educação bancária” como afirmava o autor Paulo Freire. O ganho maior para o artesão é quando ele entende que todo o processo tende a auxiliar no planejamento de todas as etapas da sua produção. Por isso, concordamos com a autora Freitas (2011) quando afirma que:

O artesão tem o domínio técnico-produtivo e nele, na maioria das vezes, prevalece o saber informal. O pesquisador tem a capacidade de investigação, de identificar potencialidades, de planejar, prevalecendo o saber formal. (FREITAS, 2011, p. 32)

**g. GESTÃO DO GRUPO** – Paralelo à intervenção de design, deve-se trabalhar com a perspectiva de organização dos artesãos na sua cadeia produtiva. Com a convivência gerada nos encontros, o designer e sua equipe é capaz de perceber as qualidades e postura dos integrantes do grupo e, dessa maneira, pode sugerir para cada artesão qual posição deve assumir dentro da produção, seja de executor, revisor e/ou representante. A partir dessa observação, e com a prática de dinâmicas de grupo, podem-se identificar as pessoas que irão ficar responsáveis pelas etapas que compõem a produção de artefatos, como por exemplo: sugerir quem compra e distribui o material entre os artesãos; quem tem facilidade para executar moldes e gabaritos, quem domina a indicação de cores, formas, acabamentos, entre outras particularidades; quem será responsável pela verificação da qualidade dos produtos; quem representará o grupo e fará o trabalho de divulgação; quem tem característica para buscar parceiros, e outras funções a mais que muitos grupos não conseguem definir sem uma orientação.

Além desses aspectos citados acima, existem outros tão importantes quanto. O trabalho de gestão de grupo atinge também a relação entre as pessoas envolvidas. Esse aspecto, muitas vezes, é trabalhado com cautela, mas deve estar presente na ação. Trabalhar o comprometimento, o respeito, a participação, a credibilidade, a confiança, entre outros aspectos que nos deparamos no cotidiano, é importante para a manutenção e estima do grupo.

**h. ELABORAÇÃO DE DOCUMENTOS** – Toda ação de design deve ser registrada, com fotografias e textos, desde as etapas iniciais até o processo final da ação. Esse registro é apresentado em formato de relatórios, que são frequentemente solicitados e apresentados às instituições parceiras. Além de ser uma maneira de prestar contas, é a partir desse registro que se documenta todo procedimento de execução das oficinas de design.

### **6.3. Roteiro de execução com descrição das etapas e dificuldades de gestão e design**

O modelo de gestão que elaboramos foi pensado como uma referência, após os anos de experiência, para quem pretende trabalhar na área de intervenção de design junto à produção de artefatos artesanais. Da mesma forma que o design circula nas grandes e pequenas produções da cultura industrial, podendo ser considerado o ator social que transita pela criação – produção – consumo, pode também fazer parte do dia-a-dia das produções artesanais, as quais apresentam soluções criativas em que o design também pode se alimentar. Entendemos esse procedimento como um processo contínuo de trocas.

Investigamos algumas instituições que afirmam ter um modelo metodológico ou de gestão, mas que não estão claramente expostos. Ao chegar à etapa do modelo de atuação de design, é comum afirmar que cada profissional tem a sua forma de atuar. Por isso, vamos apresentar um roteiro de execução que aplicamos nos grupos trabalhados, entre os quais pudemos observar as necessidades que surgiam e que tínhamos que adaptar a cada nova situação. Essa maneira de atuar não deve ser considerada fixa, estática; seria impossível afirmar isso. No entanto, pode indicar um caminho e até sugerir uma forma de pensar o design para quem é principiante no processo, no tipo de produção e também o público aqui pesquisado. Nas primeiras consultorias, chegávamos com um roteiro pronto, em que tentávamos aplicar de toda forma as atividades planejadas; o artesão participava, mas não estava presente em algumas etapas que hoje vemos como primordiais. Com a experiência, vimos que a participação efetiva dos artesãos nesse roteiro deve ser considerada. Apresentamos a seguir as mudanças desse roteiro de execução e as posturas assumidas:

Tabela 03 – Roteiro de execução a partir da descrição das etapas e das dificuldades de gestão e design

Etapas de Design + Gestão	Descrição	Dificuldades Encontradas
Demanda da consultoria (DE)	<p>Trata-se da indicação do grupo a ser atendido, sua localização geográfica e tipo de produção envolvida.</p> <p>Podendo acontecer de duas maneiras: a demanda repassada com os dados do diagnóstico já fornecidos e a sugestão do grupo sem que um diagnóstico tenha sido realizado.</p>	<p>A maioria das demandas advinda de instituições costuma vir com o diagnóstico já realizado. Os dados nem sempre são suficientes e os artesãos, principalmente os que não conhecem sobre design, não sabem o que esperar de uma consultoria dessa área.</p>
Visita de Diagnóstico (DIA)	<p>A visita de diagnóstico serve para que a equipe entenda o processo de produção, a matéria prima utilizada, quais as necessidades dessa produção e também para mapear os artesãos interessados.</p>	<p>A dificuldade existe quando não se consegue realizar uma visita de diagnóstico, antes do início da oficina de design propriamente dita. Esse fato atrapalha muito o andamento da ação de design, por falta de informações tanto para equipe de design quanto para os artesãos envolvidos.</p>
Planejamento da Proposta de Design (PP)	<p>A partir do conhecimento de todos os dados [como: carga horária, cronograma - datas e horários, quantidade de artesãos participantes, local da realização dos encontros – cidade, distrito, tipo de produção, estrutura necessária, objetivos entre os parceiros a serem atingidos, metas, valores financeiros envolvidos] a proposta pode ser configurada.</p>	<p>Apresentar datas, horários, carga horária e as metas dos envolvidos a serem cumpridas, sem uma negociação prévia, pode gerar problemas durante a consultoria e também na sua finalização.</p> <p>Essa dificuldade acontece quando a equipe que irá trabalhar com o grupo produtor não realiza o diagnóstico.</p>
Planejamento da Oficina	Previsão de todas as	Novamente, sem um

de Design (PO)	atividades que integrarão os encontros durante a consultoria. Esse planejamento é feito a partir das necessidades diagnosticadas durante as visitas ao grupo produtor, para definir quais teorias serão abordadas e de que forma serão tratadas para formação do grupo de artesãos. Integra também as etapas práticas de produção.	<p>conhecimento prévio do grupo, ou seja, a realização do diagnóstico, o planejamento das atividades pode não atender às necessidades da produção.</p> <p>Em alguns momentos, mesmo com a participação da equipe de design no diagnóstico, também podem ocorrer adaptações no planejamento da oficina de design.</p> <p>O grupo ter uma produção homogênea ou heterogênea demanda um planejamento diferenciado na oficina de design. Esse fato pode apresentar uma maior dificuldade quando a produção artesanal é heterogênea. Demanda mais pesquisa e etapas de desenvolvimento.</p>
Planejamento e compra do material didático e material para produção (Aquisição de materiais e equipamentos - AME)	<p>Concluído o planejamento da Oficina de Design, a equipe responsável pela execução das oficinas recebe os dados para providenciar os materiais necessários à realização dos encontros.</p> <p>Como contrapartida, em muitos casos, solicitamos aos artesãos a responsabilidade em relação à disponibilização dos materiais que envolvem a produção artesanal.</p>	<p>Para a aquisição de materiais deve-se ter uma pessoa responsável. Essa responsabilidade necessita estar indicada na proposta, para que surpresas durante a ação não aconteçam.</p> <p>Saber se a proposta contempla o material didático e o material para produção. Existem casos em que não contemplam; se essa informação não ficar clara, a dificuldade de conseguir depois, junto aos artesãos, é muito grande.</p>
Primeiro encontro com o grupo de artesãos (Acordo de compromisso com o grupo – ACG)	Após a realização das etapas citadas anteriormente, realiza-se o primeiro encontro com os artesãos.	Um dos maiores problemas que podem ocorrer, durante as oficinas de design, é quando os

	<p>Nesse encontro deve-se apresentar todo o planejamento [incluindo: objetivos, atividades a serem desenvolvidas, cronograma, prazos, metas, contrapartidas], explicar todas as etapas, a equipe envolvida, os artesãos selecionados ou inscritos, e verificar se todos estão de acordo com a proposta do projeto de consultoria.</p> <p>Uma explanação sobre o que é design e a apresentação de experiências vivenciadas com outros grupos é uma maneira esclarecedora de iniciar a ação.</p>	<p>artesãos inscritos desistem e o grupo muda no período dos encontros. Esse fato quebra a continuidade das discussões apresentadas sobre os temas teóricos e práticos, dos exercícios propostos, dos acordos feitos, da unidade da turma, e provoca uma desintegração do processamento das ideias e dos conceitos, podendo vir a prejudicar os resultados da consultoria.</p>
<p>Módulos de Design (Oficina de Design – OFC)</p>	<p>O planejamento pode ser dividido em módulos. Cada módulo tem uma quantidade de encontro, com abordagens distintas. A partir das necessidades diagnosticadas sobre a produção é que esse planejamento pode atender o grupo. Envolve momentos teóricos e práticos focados na produção de artefatos.</p>	<p>Os momentos teóricos e práticos devem acontecer a partir de uma abordagem que seja atrativa e compatível com as necessidades.</p> <p>Apresentar informações teóricas, sem fazer conexões com a prática produtiva dos artesãos, pode não estimular a aprendizagem e a troca de experiências com o grupo.</p>
<p>Documentação (DO)</p>	<p>Todas as etapas devem ser documentadas em formato de relatórios, com registros fotográficos de preferência. Os relatórios devem conter todas as informações e encaminhamentos sobre o desenvolvimento de cada encontro.</p>	<p>O processo de registro deve ser contínuo e seguir a sequência dos acontecimentos. Quando deixamos de fazer as devidas anotações, muitas vezes, deixamos de perceber questões sobre o rendimento do grupo. Também é um momento de reflexão sobre os encaminhamentos dados ao grupo de artesãos. Não</p>

		realizar a documentação de maneira organizada e contínua pode trazer dificuldades na hora da prestação de contas.
Finalização da Consultoria (FC)	<p>Uma avaliação e apresentação dos resultados são realizadas junto ao grupo de artesãos e as instituições parceiras. Os resultados dependem de todos os envolvidos, os artesãos são responsáveis pela produção dos seus protótipos.</p> <p>Após a conclusão dos módulos de design, toda a documentação produzida deve ser enviada para os atores envolvidos.</p>	Quando os artesãos não se apropriam das ideias, uma das maiores dificuldades é o comprometimento com a aplicação das novas ideias em suas peças.

- Gestão
- Gestão + Design
- Design

Fonte: a autora

As etapas e dificuldades relatadas na Tabela 3 aconteceram nesse formato durante alguns anos de atuação. Como dito nas etapas do planejamento e da execução da oficina, muitas adaptações começaram a surgir para que os objetivos pudessem ser atendidos. Após pesquisar sobre o tema desenvolvimento local, no período do mestrado, e a partir das experiências vivenciadas junto aos vários grupos de artesãos, em suas cooperativas ou associações, vimos que o conhecimento de todos os envolvidos deve estar presente desde o início de todo processo, de maneira mais concreta. Queremos dizer, com isso, que a participação dos artesãos em todas as etapas de execução aproxima-os do objetivo da ação, melhora o rendimento e os resultados esperados. Dessa forma, apresentamos a seguir algumas etapas que tiveram as informações complementadas e acrescidas após as experiências de participação mais próxima do artesão:

Tabela 04- Roteiro de execução completo a partir da descrição das etapas e das dificuldades de gestão e design

<b>Etapas de Design + Gestão</b>	<b>Descrição</b>	<b>Dificuldades Encontradas</b>
Demanda da consultoria (DE)	A indicação do grupo a ser atendido, sua localização geográfica e tipo de produção envolvida, é fornecida por alguma instituição, artesão e/ou até mesmo pelo próprio design.	A dificuldade inicial é identificar se existe um interesse real pela consultoria, por parte de quem produz o artesanato, principalmente quando a demanda parte de uma instituição.
Visita de Diagnóstico (DIA)	A visita de diagnóstico serve para que a equipe de design entenda a produção, a matéria prima utilizada e também para mapear os artesãos interessados. Envolve lideranças locais, artesãos e a equipe de design.  Ação realizada conjuntamente com todos os interessados pela consultoria.	Conseguir juntar todos os envolvidos e interessados na consultoria no momento do diagnóstico é imprescindível.  Quando esse movimento apresenta alguma dificuldade, é um sinal de que nem todos os atores têm o mesmo interesse, e esse fato pode vir a prejudicar a consultoria e os seus resultados.
Planejamento da Proposta de Design (PP)	A partir do conhecimento de todos os dados [como: carga horária, cronograma - datas e horários, quantidade de artesãos participantes, local da realização dos encontros – cidade, distrito, tipo de produção, estrutura necessária, objetivos entre os parceiros a serem atingidos, metas, valores financeiros envolvidos] a proposta pode ser configurada.	Todos os dados da proposta são negociados previamente. As datas, horários, carga horária e as metas são construídas junto com os artesãos no momento da realização do diagnóstico.  A equipe de design deve executar o diagnóstico junto às lideranças locais e artesãos.
Planejamento da Oficina de Design (PO)	Previsão de todas as atividades que integrarão os encontros durante a consultoria. Esse	O planejamento das atividades é formulado para atender as necessidades reais do

	<p>planejamento é feito a partir das necessidades diagnosticadas durante as visitas ao grupo produtor, para definir quais teorias serão abordadas e de que forma serão tratadas para formação do grupo de artesãos. Integra também as etapas práticas de produção.</p> <p>Nesse encontro deve-se apresentar todo o planejamento [incluindo: objetivos, atividades a serem desenvolvidas, cronograma, prazos, metas, contrapartidas], explicar todas as etapas, a equipe envolvida, os artesãos selecionados ou inscritos, e verificar se todos estão de acordo com a proposta do projeto de consultoria.</p>	<p>grupo. A participação dos artesãos envolvidos é indispensável nessa etapa.</p> <p>Conseguir planejar todos os dados nesse segundo contato também é importante para a ação.</p> <p>Adaptações no planejamento da oficina de design são comuns de acontecer.</p> <p>Essa etapa é realizada em dois momentos. Um planejamento prévio é feito pelo design responsável e um segundo junto ao grupo de artesãos.</p> <p>O grupo ter uma produção homogênea ou heterogênea, demandando um planejamento diferenciado na oficina de design. Esse fato pode apresentar uma maior dificuldade quando a produção artesanal é heterogênea. Demanda mais pesquisa e etapas de desenvolvimento.</p>
<p>Primeiro encontro com o grupo de artesãos (Acordo de compromisso com o grupo – ACG)</p>	<p>Após a realização das etapas citadas anteriormente, realiza-se o primeiro encontro com os artesãos. Nesse encontro deve-se apresentar todo o planejamento [incluindo: objetivos, atividades a serem desenvolvidas, cronograma, prazos, metas, contrapartidas], explicar todas as etapas, a equipe envolvida, os artesãos selecionados ou inscritos, e verificar se todos estão de acordo com a proposta do</p>	<p>Nesse momento devem ser esclarecidas todas as dúvidas do grupo. Geralmente, conseguimos fechar os acordos que contribuirão para a execução da oficina.</p> <p>Uma explanação sobre o que é design, e a apresentação de experiências vivenciadas com outros grupos, é uma maneira ilustrativa de iniciar a ação.</p>

	projeto de consultoria.	
Planejamento e compra do material didático e material para produção (Aquisição de materiais e equipamentos – AME)	A partir do planejamento da Oficina de Design pronto, a equipe responsável pela execução das oficinas recebe os dados para providenciar os materiais necessários à realização dos encontros.	Indicar desde o início que é responsável pela aquisição de materiais.  Colocar na proposta de consultoria os materiais necessários.
Módulos de Design (Oficina de Design – OFC)	O planejamento pode ser dividido em módulos. Cada módulo tem uma quantidade de encontros, com abordagens distintas. A partir das necessidades diagnosticadas é que esse planejamento pode atender o grupo. Envolve momentos teóricos e práticos, focados na produção de artefatos.	Os momentos teóricos e práticos devem acontecer a partir de uma abordagem que seja atrativa e compatível com as necessidades.  As informações teóricas são repassadas de forma prática, e já envolvem a execução de modelos e protótipos. Designers e artesãos trabalham juntos.
Gestão do Grupo (GGR)	Identificar os perfis dos artesãos participantes. Perceber suas habilidades com relação a: - Aquisição, organização e distribuição dos materiais; - Domínio e entendimento de todo processo de produção; - Cuidado com a qualidade do produto, acabamentos e apresentação; - Facilidade com cálculos, custos e precificação; - Articulação para expor e negociar os produtos.	A dificuldade aqui é construir uma identidade que seja aceita pelos artesãos e dentro do próprio grupo.
Documentação (DO)	Todas as etapas devem ser documentadas em formato de relatórios, com registros fotográficos de preferência. Os relatórios devem conter todas as informações e encaminhamentos sobre o	O processo de registro deve ser contínuo e seguir a sequência dos acontecimentos. Quando deixamos de fazer as devidas anotações, muitas vezes, deixamos de

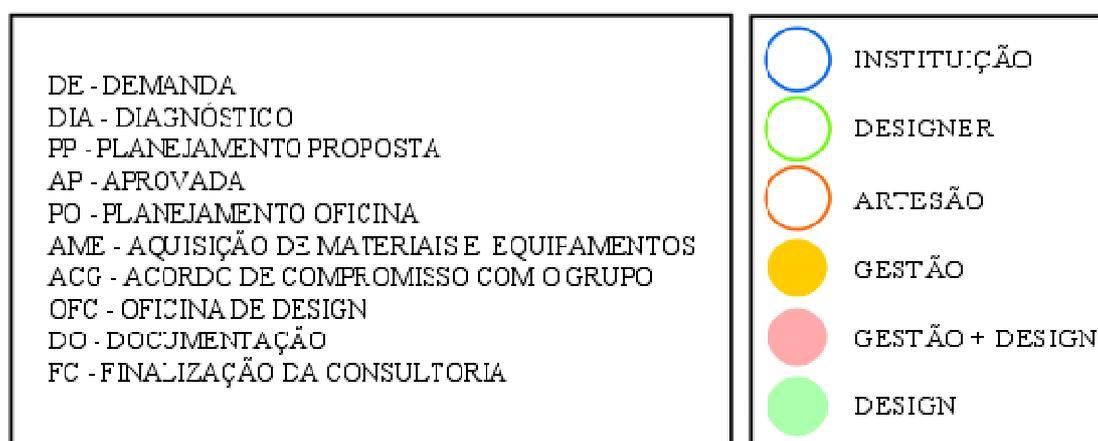
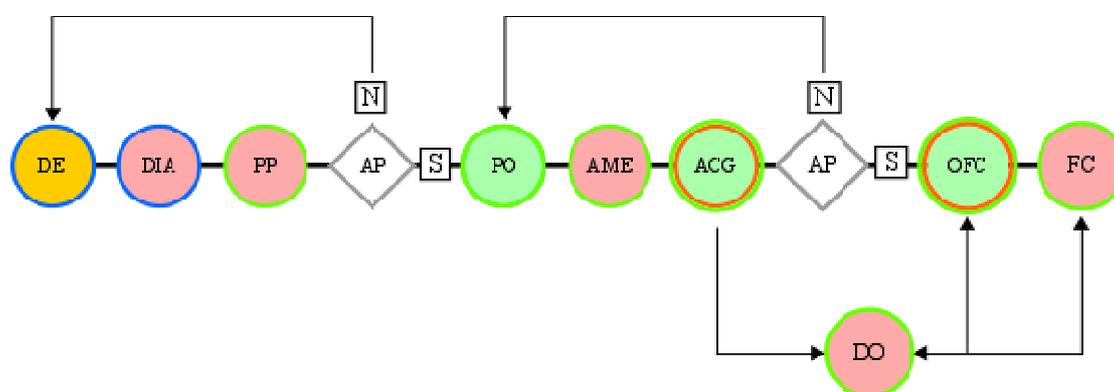
	desenvolvimento de cada encontro.	perceber questões sobre o rendimento do grupo. Também é um momento de reflexão sobre os encaminhamentos dados ao grupo de artesãos. Não realizar a documentação de maneira organizada e contínua pode trazer dificuldades na hora da prestação de contas.
Finalização da Consultoria (FC)	<p>Uma avaliação e apresentação dos resultados são realizadas junto ao grupo de artesãos e as instituições parceiras. Os resultados dependem de todos os envolvidos, os artesãos são responsáveis pela produção dos seus protótipos.</p> <p>Após a conclusão dos módulos de design, toda a documentação produzida deve ser enviada para os atores envolvidos.</p>	Quando os artesãos não se apropriam das ideias, uma das maiores dificuldades é o comprometimento com a aplicação das novas ideias em suas peças.

	Gestão
	Gestão + Design
	Design

Fonte: a autora

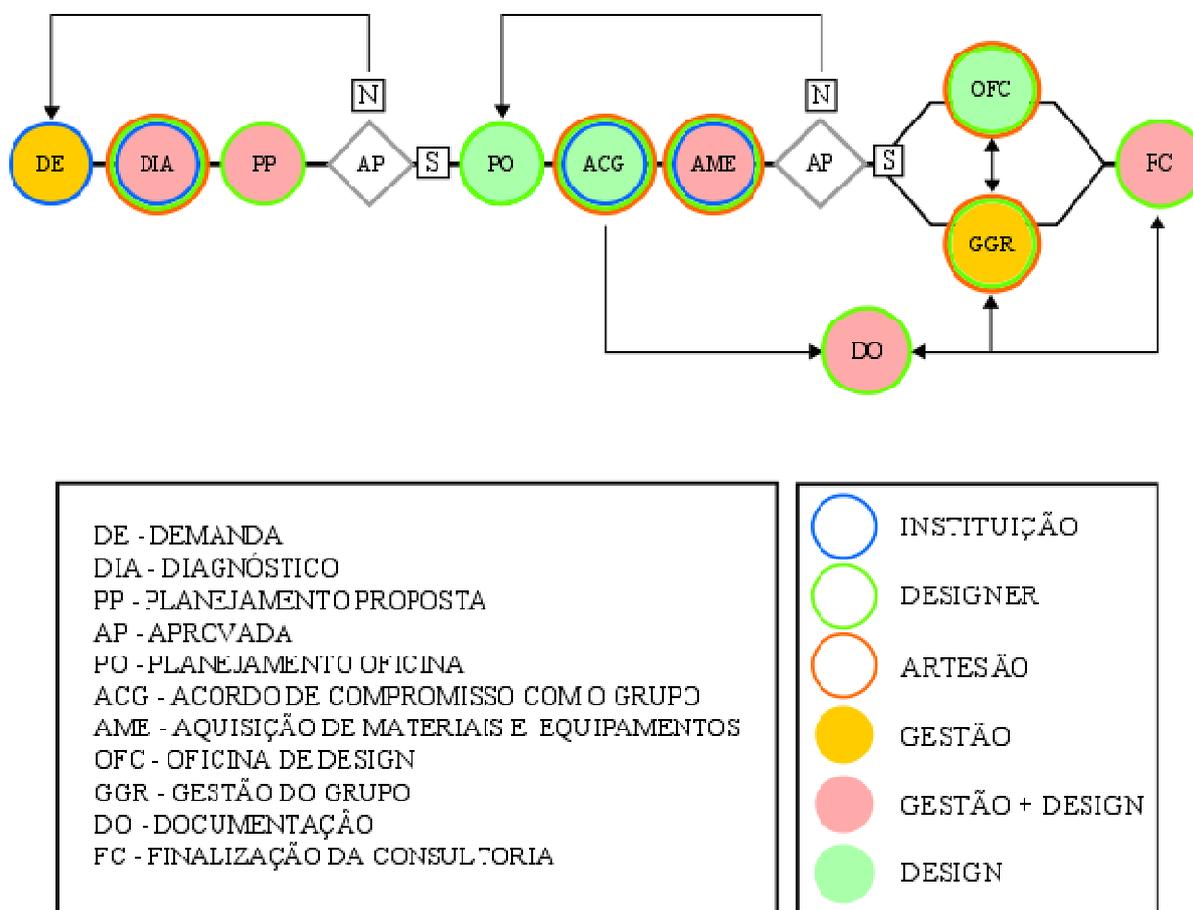
Para facilitar a compreensão das informações expostas nas tabelas 03 e 04, trazemos dois gráficos que resumem as etapas e as atualizações, a partir de algumas modificações e adaptações realizadas no roteiro de execução, envolvendo as áreas de design e gestão, durante a prática nas consultorias. Nesses gráficos destacamos, também, as mudanças que aconteceram junto aos atores quando falamos sobre a participação desses nas ações.

Gráfico 07 - Roteiro de execução das etapas de gestão e design junto aos atores



Fonte: a autora

Gráfico 08 - Roteiro de execução das etapas de gestão e design junto aos atores atualizado



Fonte: a autora

Ao compararmos os gráficos acima, podemos perceber que existe uma mudança quanto à participação dos envolvidos; essa participação está presente em mais etapas do roteiro, conforme representado no Gráfico 08. A necessidade de envolver cada vez mais os atores foi sendo entendida e construída a partir das obrigações que iam surgindo nas consultorias, como também na gestão já empregada por algumas instituições. Dessa maneira, de acordo com a ideia apresentada, a instituição, o designer e o artesão podem assumir vários papéis que devem ser negociados no início da ação de design, e que são refletidos na sua participação.

#### 6.4. Desenvolvimento e análise do modelo de gestão do design a partir dos roteiros de execução

Objetivamos apresentar a construção de um modelo de gestão do design e as discussões realizadas com artesãos, representantes de instituições e designers que contribuíram para essa constituição. Nessa seção iremos descrever, exhibir e analisar o modelo proposto.

##### 6.4.1. As fases que compõem o modelo de gestão do design aplicado nas oficinas junto à produção artesanal

O modelo apresentado a seguir compreende duas etapas, que são geridas pelo profissional de design, no processo da prática de uma consultoria. A fase A corresponde à Gestão Inicial, processo que denominamos de Fase Interna ligada ao Planejamento, realizada pelo designer, e possui nove componentes. Já a segunda, fase B, a Gestão Aplicada – Fase Externa, está voltada para a Oficina de Design + Gestão do Grupo, e deve ser desenvolvida em parceria com os artesãos envolvidos na ação, em todas as suas etapas. Trazemos nesse espaço a descrição e composição das duas etapas do modelo de gestão, objetivando a compreensão e participação de todos os atores.

Gráfico 09 - Fases A e B que compõem o modelo de gestão do design IDeA



Fonte: a autora

## **Gestão - Fase A – interna: Planejamento**

### **Atividades que antecedem a realização das oficinas de design:**

- 1. Recebimento da demanda:** corresponde ao momento inicial, em que o designer é acionado para a realização de uma ação; são apresentadas questões iniciais sobre o grupo a ser atendido, as características da produção, o tempo de execução previsto, os custos, o local em que está inserido, quem está demandando e quais são os objetivos da ação.
- 2. Análise da demanda:** verificação de aspectos como localização, cronograma de execução, tipo de produção, custos de execução e objetivos da ação, para fins de elaboração da proposta de design.
- 3. Elaboração da proposta<sup>29</sup> de consultoria:** apresentação de uma proposta de consultoria contendo: resumo da proposta / objetivos / cronograma detalhado / equipe envolvida / investimento / forma de pagamento / deveres e responsabilidades entre a empresa contratante e o designer responsável / assinaturas.
- 4. Realização de diagnóstico:** com a ação acordada/ negociada, deve-se realizar um diagnóstico no local junto aos artesãos, buscando-se, nesse momento: conversar sobre os problemas, os interesses, os objetivos da ação; fazer acordos, discutir os prazos, os horários e o comprometimento dos participantes e verificar quais os artesãos estão inscritos na ação. Caso não tenha sido feito, aproveita-se o momento do diagnóstico para realizar as inscrições. Nesta etapa, pode-se visitar os artesãos em suas produções ou solicitar uma reunião em grupo [nesse caso, deve-se pedir que cada participante apresente sua produção, levando suas peças para expor ao grupo].
- 5. Preparação/elaboração de relatório do Diagnóstico:** Deve-se registrar todas as informações obtidas na visita de diagnóstico. Dados sobre as necessidades do

---

<sup>29</sup> Modelo de elaboração de proposta apresentado no apêndice.

grupo, suas expectativas e interesses, fotos dos produtos e, quando possível, do local de produção, da matéria-prima, entre outros elementos. A elaboração de relatório é uma tarefa contínua em todo o processo de desenvolvimento de uma consultoria de design. Além de documentar todas as etapas, assegura que o trabalho do designer está sendo realizado.

- 6. Readequação da proposta de consultoria:** após o diagnóstico, é possível que surjam algumas negociações que podem mudar a proposta inicial.
- 7. Planejamento da ação:** a partir das necessidades verificadas no diagnóstico, traçar quais as atividades serão desenvolvidas junto ao grupo a ser atendido, com carga horária, datas, lista de materiais didáticos; sugere também qual espaço físico é adequado para realização das oficinas.
- 8. Estudo sobre o grupo a ser atendido:** além do diagnóstico, deve-se pesquisar sobre o lugar/ a cidade/ a comunidade em que os artesãos estão inseridos. Coletar dados locais e, se possível, os locais de atuação do grupo, dados culturais, entre outros. Muitos dados são coletados durante a realização das oficinas.
- 9. Organização da Oficina:** verificar se os materiais e o espaço físico estão de acordo com o solicitado na proposta. Também entrar em contato com o representante do grupo, para confirmar o início das atividades. Em alguns casos, a organização do material fica por conta do próprio designer.

## **Gestão - Fase B – externa: Oficina de design**

### **a) Atividades realizadas na Oficina de Design**

Essas atividades envolvem todos os atores, durante o período da consultoria – o designer, o artesão e a instituição, cada qual com os seus papéis e responsabilidades. Descrevemos a seguir as atividades propriamente ditas, e o que cada ator fornece:

Tabela 05 - Atividades realizadas na oficina de design

ATIVIDADES	Designer	Artesão	Instituição
Apresentação e expectativas do grupo de artesãos, da equipe de designers e da instituição provedora;	Participa como facilitador da atividade e expõe suas ideias.	Participa expondo suas perspectivas.	Participa, podendo ser o facilitador ou não da atividade. Expõe seus interesses e perspectivas.
Apresentação das atividades a serem realizadas, atreladas ao cronograma [com as datas e carga horária];	Função mais voltada para o designer.	Acompanha a apresentação, podendo opinar de forma positiva ou negativa.	Acompanha a apresentação, podendo opinar de forma positiva ou negativa.
Reconhecimento da produção de cada participante do grupo [Mapeamento dos produtos, dos materiais e das técnicas];	Papel voltado para o designer, momento de registro.	Cada artesão expõe sua produção individual.	Acompanha a atividade se desejar. Recebe todas as informações em formato de relatório.
Registro do processo de produção de cada artesão e de suas necessidades;	Papel voltado para o designer, momento de registro.	Cada artesão expõe sua produção individual e suas necessidades.	-
Pesquisa e registro dos elementos das culturais locais;	Atividade de pesquisa de campo guiada pelo designer.	Participa de todo o processo da atividade, realizando registros.	-
Aplicação de atividades que envolvem técnicas de criatividade, além de apresentar características formais e configuracionais de produtos;	Atividade ilustrada e guiada pelo designer.	Participa de todo o processo da atividade, através de exercícios práticos.	-
Pesquisa de materiais locais ou externos a comunidade [naturais ou industriais];	Atividade de pesquisa de campo, orientada pelo designer, podendo ter ou	Executa a atividade, apresentando amostras e registros.	Pode sugerir e indicar fornecedores e técnicos especializados em materiais.

	não a sua participação.		
Aplicação de atividades que envolvem a apresentação do produto artesanal;	Atividade ilustrada e guiada pelo designer.	Participa de todo o processo da atividade, através de exercícios práticos.	-
Pesquisa e análise de produtos existentes no mercado, sejam artesanais ou industriais;	Atividade ilustrada, guiada, indicada e acompanhada pelo designer.	Executa a atividade através de registros, e constrói uma avaliação dos produtos pesquisados posteriormente.	-
Aplicação de atividades que envolvem o planejamento do produto;	O designer apresenta exemplos e orienta os artesãos com os seus produtos.	Participa de todo o processo da atividade, com criticidade, através de registros.	-
Aplicação de atividades que envolvem a identificação ou confirmação do público alvo para quem o grupo trabalha;	Papel de investigador e orientador. Apresenta exemplos e experiências de outras produções.	Apresenta seu público e analisa as possibilidades de manutenção ou renovação desse público.	-
Aplicação de atividades que envolvem sugestões de melhorias do produto;	O designer apresenta exemplos e orienta os artesãos com os seus produtos.	Participa de todo o processo da atividade, com criticidade, experimentação e realização de desenhos.	-
Aplicação de atividades que envolvem a experimentação de técnicas e formatos através da execução de modelos de estudo;	O designer estimula a experimentação e orienta os artesãos com os seus modelos.	Criação de modelos de estudo.	-
Aplicação de atividades que envolvem melhorias nos modelos de estudo;	O designer estimula a experimentação	O artesão refaz ou recria modelos de	-

	e orienta os artesãos com os seus modelos.	estudo.	
Aplicação de atividades que envolvem a orientação para construção de peças modelo;	O designer acompanha e orienta os artesãos com os seus modelos.	O artesão executa o seu modelo com materiais pré-definidos na pesquisa de campo.	-
Aplicação de atividades que envolvem a análise das peças modelos;	O designer analisa e orienta os artesãos, a partir dos seus modelos, podendo propor melhorias.	Participa da análise junto com o grupo, sugere melhorias e defende suas ideias.	-
Aplicação de atividades que envolvem estudo sobre os custos e precificação das peças;	O designer apresenta exemplos e orienta os artesãos como precificar os seus produtos.	Participa de todo o processo da atividade e formula o preço das suas peças.	Pode investir em equipes especializadas no assunto.
Aplicação de atividades que envolvem testes mercadológicos das peças modelos;	Articula maneiras de expor e vender os produtos.	Produz e expõe seus produtos, para poder analisar a opinião dos consumidores.	Pode ter um envolvimento quanto à articulação e divulgação.
Aplicação de atividades que envolvem a verificação de todas as etapas das peças modelos;	Recebe/escuta as análises dos artesãos sobre seus produtos no mercado e estimula a verificação dos aspectos que precisam melhorar.	Participa expondo suas experiências de mercado e também propondo melhorias.	-
Aplicação de atividades que estimulam a pesquisa contínua de mercado.	O designer analisa a produção atual, orienta, propõe e estimula os artesãos a manterem a	Participa expondo suas dúvidas e metas.	-

	pesquisa de mercado.		
--	----------------------	--	--

Fonte: a autora

As atividades aqui listadas podem sofrer alterações, podem ter acréscimos ou reduções nas etapas, a depender da ação de design acordada. Dependendo do perfil das instituições, estas podem adotar posturas diferentes no acompanhamento da consultoria. Geralmente, quando são trabalhados múltiplos aspectos e atividades num grupo, e a oficina de design é apenas uma parte da ação, a instituição está mais presente no desenvolvimento da ação; essa aproximação pode interferir nos resultados, dependendo da cobrança, positivamente ou negativamente. Quanto aos artesãos, existem resistências em alguns grupos ou indivíduos, e esse aspecto deve ser discutido e trabalhado na gestão do grupo.

#### **b) Atividades realizadas na Gestão do Grupo**

Os grupos que costumamos trabalhar, geralmente, são registrados como Associação ou Cooperativa. Embora sejam formalizados, nem sempre as atividades correspondentes à produção são distribuídas de acordo com as potencialidades dos participantes, seja por questões políticas, de amizade, de inimizade, de confiança e até mesmo credibilidade. Torna-se importante, numa consultoria, indicar/sugerir mudanças que venham contribuir para a melhoria da produção e também da relação entre os indivíduos do grupo. Dessa forma, segue uma lista de atividades que podem colaborar para a organização e convivência dos artesãos perante o seu grupo:

Tabela 06- Atividades realizadas na gestão do grupo

<b>ATIVIDADES</b>	<b>Designer</b>	<b>Artesão</b>	<b>Instituição</b>
Aplicação de atividades que contribuem para identificar e entender os perfis dos artesãos envolvidos na oficina de design [habilidades dos participantes, como: organização, facilidade para cálculos, capacidade para executar moldes e gabaritos, nível de exigência na qualidade dos produtos, simpatia, liderança, entre	Durante todas as atividades da oficina de design, o consultor percebe tais habilidades. Nas atividades sobre gestão do grupo,	Estar disposto a participar e contribuir com as atividades relacionadas à gestão do grupo. Discutir e sugerir faz parte desse procedimento.	É convidada a participar, mas não tem obrigação. Pode contribuir inserindo profissionais de outras áreas, como:

outros];	devem ser aplicadas dinâmicas que facilitem essas indicações e ajudem na percepção dos perfis de cada participante.		Assistente Social, Psicólogo, Antropólogo, Administrador. Profissionais que agregam valor às discussões e definições.
Aplicação de atividades que envolvem a distribuição das tarefas relacionadas à produção, de acordo com os perfis identificados no grupo de artesãos;	Função do designer junto a uma equipe de apoio, quando existir.	Participação efetiva de todos os artesãos.	A participação depende do interesse da instituição.
Identificação das etapas da oficina de design que precisam de reforço;	O designer percebe a necessidade junto ao grupo de artesãos.	Sugestões devem partir dos artesãos.	Pode também ser uma exigência da instituição, caso perceba algum problema com o grupo.
Aplicação de atividades que estimulam o planejamento e as estratégias de venda do grupo para atingir o mercado. Como também, que estimulam a melhoria contínua de apresentação e divulgação desse grupo junto aos clientes;	Função do designer junto a uma equipe de apoio, quando existir.	Os artesãos são convidados a criar e sugerir situações de venda e de pesquisa de mercado.	A participação depende do envolvimento da instituição.
Aplicação de atividades que estimulam a participação, a cooperação e o comprometimento dos artesãos envolvidos na oficina de design com todo o grupo produtor;	Função do designer junto aos artesãos.	Requer a participação de todos os artesãos interessados.	-
Aplicação de atividades que estimulam a autoestima e a autonomia de cada integrante do grupo.	Função do designer junto a cada artesão e com o apoio de uma equipe de profissionais de outras áreas, quando	O artesão precisa estar aberto para que os estímulos da equipe consigam atingir os resultados desejados de	A participação depende do envolvimento da instituição.

	existir.	autoestima e autonomia.	
--	----------	-------------------------	--

Fonte: a autora

Trazemos a seguir um gráfico que resume os papéis de cada ator, aqui apresentados, com o foco na produção artesanal:

Gráfico 10 - Papéis entre os atores envolvidos com a produção artesanal



Fonte: a autora

A apresentação dessas atividades e dos papéis dos atores, dentro de cada fase de design e da gestão do grupo, deve contribuir para o entendimento do modelo que iremos desenvolver nas próximas páginas.

### **6.5. Configuração do modelo de gestão para designers e dados para construção do modelo de gestão a partir das entrevistas**

Após descrever as etapas que envolvem a atividade de design, junto à produção artesanal, e ao ler sobre a abordagem triangular da arte-educadora Barbosa (2010), identificamos algumas similaridades com as ideias de intervenção de design, no que se refere ao artesanato. Na maioria das vezes, o artesão faz sua peça; ele simplesmente faz, é o seu ofício, o seu trabalho cotidiano, o seu reconhecimento perante o lugar e a comunidade em que vive. A prática do fazer artefatos manualmente é o destaque do artesão. Para a atividade do artista, na abordagem triangular, é necessário não apenas o fazer, mas sim o ver/apreciar e a contextualização/conhecimento desse fazer.

Na consultoria de design aplicada ao artesanato, além das funções já citadas anteriormente no item 4.1, o designer, enquanto profissional, tem o papel fundamental de apontar referências artísticas, mercadológicas e de produção, para o público de artesãos; esse seria o ver/ler/apreciar sugerido por Barbosa (2010). Durante a oficina, o artesão acessa mais informações sobre o seu universo, que comumente ele não investe em pesquisar. Outro aspecto importante é fazê-lo trabalhar, planejar e configurar os artefatos a partir de uma contextualização com foco na cultura local. Quanto ao fazer, o designer também intervém com sugestões de melhorias e indicações de materiais e acabamentos.

O que nós acrescentamos nessa abordagem é a forma de como gerir o processo. De que forma o designer que atua com artesanato se aproxima de uma produção, ao ponto de intervir e propor melhorias no fazer do artesão? Como o artesão recebe e interage com esse pensamento? Buscar novas formas de ver e de contextualizar além da prática do fazer. É essa a proposta que apresentamos a seguir, com o foco na gestão de todos esses aspectos, somados ao relacionamento dos indivíduos de um grupo produtor com outras instituições.

Acreditamos que existe um interesse mútuo da instituição, do profissional de design e do mercado em relação ao artesanato, quando esses o têm como um negócio. São tais atores que convivem e se relacionam com essa produção. Como também, o caminho contrário é possível: o artesão acessando uma instituição - seja ligada ao governo local, estadual, federal, como por exemplo: o SEBRAE, o ITEP ou uma universidade - em busca de apoio, melhorias para sua comunidade e de visibilidade para a produção.

Gráfico 11- Atores envolvidos com a produção artesanal



Fonte: a autora

Com esse raciocínio, queremos afirmar que o profissional que deseja atuar na área da produção artesanal tem como buscar, de várias maneiras, um apoio para desenvolver o seu trabalho, a sua pesquisa. Existe a demanda, o mercado e projetos que amparam essas ações.

Na construção dessa pesquisa apresentamos um registro de experiências e vivências associadas à produção artesanal. Na coleta dos dados e verificação de ideias, foram utilizadas entrevistas semiestruturadas, aplicadas aos atores de instituições, artesãos e designers, que contribuíram para a configuração do modelo de gestão aqui proposto. Essa etapa enriqueceu os nossos argumentos e nos trouxe questões relevantes em relação a cada ator; além disso, nos foi apresentado críticas acerca de atuações e sugestões para nossa proposta de modelo de gestão. Entrevistamos vinte atores, entre eles artesãos, representantes de instituições e designers.

Dispomos nesse capítulo algumas das principais perguntas pronunciadas pelos entrevistados, que ora conferem com o nosso discurso, ora o contrariam, a depender dos interesses envolvidos, seja instituição, produtor artesanal ou designer contratado. A pedido de alguns entrevistados, os nomes foram omitidos e usamos a palavra 'entrevistado' seguido de um código numérico nas citações das suas falas como, por exemplo, Entrevistado 1, 2, 3, ... , assim em diante. A garantia dessa omissão contribuiu para que os discursos fossem mais específicos, realistas e, muitas vezes, críticos.

Citando dados das entrevistas, um dos principais pontos de entrave, que pode interferir nos resultados de uma consultoria, seja em design ou em outras áreas, e que

tanto expomos, é a responsabilidade pela prática do diagnóstico. Quando perguntamos a designers, representantes de instituições e artesãos quem eles indicavam como o responsável pela realização do diagnóstico, todos afirmaram não fazer sentido que um desses atores esteja ausente nessa etapa. Seguem algumas colocações:

O diagnóstico envolvendo a equipe de design teria bem mais resultado. Porque sem essa participação chegamos até o grupo achando que determinado artesão ou artesã faz determinado artesanato. Na hora é uma surpresa, eles não colocam tudo que fazem, às vezes um só tipo é anunciado para instituição que faz o diagnóstico. E dessa forma, não dá para ir preparado, se fosse feito pela equipe de design já chegaríamos melhor planejado, com outro nível de elaboração para ação. Chegaria com uma proposta inicial e ia sentindo quem ia se apropriando e se sentíssemos que a apropriação não acontecia iríamos buscar outros meios. Outro detalhe em relação à consultoria, nem sempre nos grupos montados todos são artesãos, então se torna mais difícil ainda. O designer vai para trabalhar em cima da produção deles, se os participantes não produzem nada fica muito difícil. A expectativa é outra e esse público acaba desistindo. Isso deve ficar claro no começo, no diagnóstico. (ENTREVISTADO 1)<sup>30</sup>

O diagnóstico tem que ser feito pelos dois, a entidade executora e a equipe de designers. Na experiência de instituição eu vejo que não adianta você levar a coisa pronta. Nunca acreditei que você levando a coisa pronta para as pessoas iria dar certo, nunca vi fazer efeito lá na ponta, acreditando que é isso que elas estão precisando não dá certo. O diagnóstico deve ser feito em conjunto. É a parte mais trabalhosa, mas se bem feita dá resultados. (ENTREVISTADO 2)<sup>31</sup>

O cenário e o contexto de um grupo produtor só pode ser diagnosticado através de uma visita no local, no seu universo de trabalho, por quem irá desenvolver a consultoria, inclusive com mais de uma visita. Nessa fase inicial de um projeto, uma pergunta deve ser feita, se o artesão ou artesã deseja passar pela consultoria e quais as necessidades podem ser trabalhadas. Receber essas informações sem ter participação na sua construção pode sim prejudicar os resultados. (ENTREVISTADO 5)<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> O entrevistado 1 participou como designer em algumas consultorias. Entrevista concedida em 19 de abril de 2016.

<sup>31</sup> O entrevistado 2 integrava o quadro de funcionários de uma instituição governamental no período das ações de design. Entrevista concedida em 11 de maio de 2016.

<sup>32</sup> O entrevistado 5 participou como designer de várias consultorias. Entrevista concedida em 24 de maio de 2016.

Confirmamos nessa pergunta a necessidade do envolvimento de todos os atores. As visitas de diagnóstico, com propósito de montar turmas para uma ação, devem trazer a equipe de execução. O artesão, nesse momento, sinaliza o seu interesse em participar e expõe suas necessidades para que o planejamento da consultoria seja realizado de acordo com as informações coletadas no diagnóstico.

Gerenciamos várias intervenções de design e tivemos a preocupação de entender se tais ações cumpriam as metas acordadas entre os envolvidos, seja para atender uma instituição e/ou um grupo de artesãos. Nessa verificação as respostas dos entrevistados foram positivas, apesar de muitos projetos percorrerem um longo caminho para sair da proposta até a sua efetivação e isso provoca mudanças na proposta, no público, nas metas, no cronograma, além de outros aspectos, como afirma o entrevistado 2:

Dentro da gestão estadual, para mim eu faria de outra forma. A gestão pública tem um olhar que se você atingir 30% você teve sucesso. Quando a gente está na ponta o que a gente quer é um resultado de 100%, diferente da gestão pública. Apesar de não conseguir os 100% a gente se empenha para que aconteça. Os processos dentro da instituição pública que você identifique, que você contrate, que você monitore e que atenda os objetivos são difíceis por conta do tempo que dura todo o processo. Você esbarra em muita burocracia, esbarra em muitos impedimentos. Por exemplo, esse projeto que vocês participaram e que durou dois anos não fui eu quem o escrevi. Eu não participei de diagnóstico nenhum. Foi criado por uma pessoa que tinha experiência com grupos e o projeto foi uma demanda desses grupos, então ele foi escrito para um determinado contexto. Todo o processo foi longo, poderia ter sido mais enxuto, poderia ter sido um pouco mais dialogado, ficou um projeto monstruoso e muito corrido e não atendeu todos os grupos previstos inicialmente.

[...] Dentro da questão do design mesmo, no trabalho eu faria duas coisas diferentes, primeiro eu faria reuniões mais breves com a equipe e coordenação, eu não recebia os relatórios, durante todo o processo eu recebi os relatórios no final. A empresa que foi contratada para monitorar a equipe de design deixou a desejar por isso. Dessa forma não podia sanar nada, não poderíamos correr para corrigir. As dificuldades iam acontecendo e desembocou em problemas. Tínhamos contratado uma empresa para fazer o diagnóstico, esse teve que ser refeito pela coordenação de design, tivemos que contratar empresa para monitorar, depois faltou verba, acharam o valor pouco. A nossa gestora foi quem acabou realizando os questionários e o relatório final. Quando chega à questão do design, uma empresa foi contratada para dar duas formações, e ela ia dividir em duas partes, uma que é a formação sócio política que é o carro-chefe e a outra que seria a consultoria de design. Detalhes que já tinham acontecido na primeira parte eu só vim ver no final. Então a consultoria de design já começou com dificuldade, não por mérito das instrutoras de políticas públicas e nem por mérito da consultoria em design, foi pela situação do

contexto, realmente da realidade local, da realidade do público que estava recebendo o projeto. Muito da presença política partidária se fizeram presentes, uma das dificuldades que eu achei muito forte foi quando o projeto foi aprovado estávamos no último ano da gestão municipal, alguns foram reeleitos, de seis, três foram oposição que lembro claramente, mas as três oposições deram continuidade, outros dois nenhum apoio e muito do sucesso do projeto dependia do apoio local da gestão local. (ENTREVISTADO 2)

O tempo nós conseguimos cumprir e o grupo ficou mais fortalecido. Principalmente na parte de gestão, as artesãs ficaram mais unidas. Houve uma melhora nos produtos, com dificuldade, mas melhoraram. Fazíamos tarefas para serem apresentadas nos próximos encontros, algumas não faziam, mas outras faziam, e assim a gente conseguiu. (ENTREVISTADO 1)

Na área da consultoria presenciamos cenários dinâmicos. Do planejamento até a execução pode-se ter um intervalo grande. Um planejamento é elaborado em concordância com as necessidades da produção de um determinado grupo, ele contém os acordos, as metas, o cronograma de execução e as responsabilidades dos envolvidos. As propostas devem ser readequadas quando os cenários sofrem alterações. Outro planejamento pode ser necessário; dessa forma, a possibilidade de obtenção de resultados é mais segura, tanto para quem executa quanto para quem produz artefatos.

Quando falamos de intervenção de design, existe uma questão que sempre é abordada: a tentativa de entender se houve apropriação do método de design por parte de quem participou de uma oficina de design. O comprometimento, o interesse em executar novas peças, a manutenção dos integrantes no grupo atendido, a resistência, a autoestima dos artesãos, são alguns dos aspectos que interferem diretamente nessa apropriação. Vejamos as falas dos entrevistados sobre essa apropriação do método de criar e de produzir:

Na comunidade que trabalhei um terço se apropriou, mas considero pouco, algumas não sabiam nem ler. De um grupo de quinze podemos dizer que umas cinco se apropriaram do método de design. Teve uma artesã que faltou muito por questões de saúde, mas o pouco que ela participou os exercícios eram maravilhosos, seria mais uma nessa lista. (ENTREVISTADO 1)

Uma parte das artesãs se apropriou, isso acontece porque há uma resistência, elas acham muito bonito, mas também acham que não é para elas, preferem continuar nos seus panos de pratos. Elas pensam: isso é para qualquer pessoa menos para mim, isso é para qualquer artesão menos para mim. Eu faço esse paninho ou esse jarro e sempre vendi na feira. Tanto homem quanto mulher artesãos não vislumbram o que podem melhorar e agregar no seu produto. Há uma resistência

muito forte. Alguns realmente se abriram e inovaram, mas a grande parte não, ainda resiste e fica assim mesmo, não pensam em expandir, vender para fora. (ENTREVISTADO 2)

Houve apropriação do método de design com certeza. É tanto que já me acho capaz de estar passando para os outros, de tá transmitindo. Tenho contato com várias produções e isso facilitou muito para mim. (ENTREVISTADO 3)<sup>33</sup>

Além disso, estimulou a ficar mais atenta a cada etapa do trabalho que faço, estimulou na vontade de produzir, porque aí você fica com a mente muito criativa, abriu a minha mente. Sempre tenho vontade de trabalhar, não perder tempo, isso para mim foi muito bom, ainda é até hoje. Atualmente mudei o meu produto para bolsas, mas estou indo bem. (ENTREVISTADO 3)

Já atuei em diversos grupos e a apropriação do método de design acontece quando o grupo participa de todo o processo de construção desse método na sua produção. De toda forma, geralmente, em um grupo nem todos conseguem assimilar ao ponto de praticar o método após o término da ação, após a nossa saída com o fim do projeto, mas um percentual de 30% consegue manter a prática desenvolvida durante a oficina de design. (ENTREVISTADO 5)

[...] eu acho que apesar dos grupos não estarem produzindo artesanato, vejo as coisas diferente, vejo que conseguimos colocar vários jovens no mercado, com uma cabeça e organização muito boas. Todo o processo foi muito importante para essa construção dos jovens. (ENTREVISTADO 18)<sup>34</sup>

Ainda em relação a essa apropriação de métodos, incluímos a pergunta sobre a inserção de novos procedimentos na produção. Sem dúvida todos afirmaram terem sido estimulados a novos processos de produção, à experimentação de ferramentas e matérias primas locais ou de fácil acesso, além de outros incentivos na produção:

Principalmente utilizar outros tipos de materiais, materiais alternativos, ferramentas alternativas que deram muito certo em várias produções. (ENTREVISTADO 1)

Foi muito trabalhado pra isso, eu me lembro da resistência. Uma fala que não esqueço foi a de um instrutor explicando sobre a cópia e tentando fazer o grupo pensar. Foi bem estimulado, uso de cores, criação de novas formas, novos olhares, uma coisa que muitas mulheres fazem com o trabalho manual é copiar de revistas, de internet, e se estimulou que elas fossem além, que elas criassem, o

---

<sup>33</sup> O entrevistado 3 é artesã, vive na região metropolitana do Recife e tem graduação em economia e participou de duas oficinas de design. Entrevista concedida em 27 de maio de 2016.

<sup>34</sup> O entrevistado 18 é uma técnica que atuou em parceria com alguns projetos envolvendo jovens. Entrevista concedida em 17 de setembro de 2016.

design tem esse método, o que você vai fazer, o que vai experimentar, se estudava cada peça, cada produção. (ENTREVISTADO 2)

Está na essência do design verificar os processos produtivos. Então não é de se admirar que a provocação e estímulos a mudanças nos procedimentos de fabricação tenham acontecido. Acontecem sempre, mais ainda quando o grupo se abre para isso. (ENTREVISTADO 5)

A participação do artesão em todos os procedimentos realizados, numa intervenção de design, e a execução dos produtos sugeridos (a fabricação, as discussões e ajustes ligados ao produto) pode garantir essa assimilação de como proceder no desenvolvimento de um artefato. Essa apropriação é desejada para que o artesão tenha autonomia e não dependa da equipe de design.

Um indicador relacionado a resultados positivos numa intervenção, para o designer, é tomar conhecimento se os grupos, ou até mesmo algum artesão individualmente, conseguiram ampliar o seu mercado de vendas. As respostas mudaram de acordo com a realidade dos grupos:

Eu vejo que algumas artesãs conseguiram fazer umas peças que elas não faziam antes e hoje duas participam de feira, a Associação expõe e vende no Centro de Artesanato de Pernambuco e, também, acontecem vendas pelas redes sociais. Trabalhamos muito a parte de gestão, incentivando a busca por parcerias na própria cidade, junto aos lojistas, como também na feira pública da cidade, agora elas participam todo domingo, todo primeiro domingo do mês. (ENTREVISTADO 1)

Se eu sou acostumada a vender aqui no mercado local, aí você chega e me propõe vender em Recife. E se eu não vender nada e perder o meu dia de feira aqui. Tem coisa que é difícil fazer a pessoa pensar para melhorar de situação. E é assim, não é fácil, porque não é só você chegar e me estimular, eu tenho que enxergar como é que essa mudança vai me beneficiar. Isso numa situação de submissão, de falta de recursos, de falta de oportunidades. Ao mesmo tempo, apesar de muitas artesãs pensarem assim e de estarem nesse contexto dito antes, depois das ações tem gente que conquistou sim lojistas, espaço na FENEARTE, além da feira local que acontece todas as semanas. (ENTREVISTADO 2)

No meu caso aconteceu porque eu queria alcançar um determinado público, um determinado nível de clientes que antes eu não tinha. Com a mudança na produção eu comecei a reduzir meus custos e conseqüentemente consegui ter preço bom para o mercado. Foi aí que eu atingi outro mercado que não era aquele só da feirinha, como foi o caso da exportação, comecei a vender para lojistas também. Hoje já me dou ao luxo de dizer que não vou vender para o lojista porque não quero ficar produzindo em grande quantidade a mesma coisa, mas

cheguei a ter essa capacidade e foi através da oficina de design. (ENTREVISTADO 3)

Essa conquista de novos mercados depende muito do perfil do grupo que você está trabalhando. Tivemos grupos que formalizaram sua atividade, criaram uma identidade, construíram sites, participaram de feiras, criaram estratégias no local em que vivem e produzem, conseguiram exportar sua produção, enquanto outros não tiveram o mesmo objetivo, o mesmo interesse em expandir. (ENTREVISTADO 5)

Na época tivemos muitas atividades junto com as oficinas e o pessoal participou de eventos, feiras e exposições. Isso estimulou muito a criação das peças e o cuidado com a execução. Também investimos em divulgação, nas rádios comunitárias, nos sites, nos intercâmbios sempre falávamos. Mas, como já disse, os jovens estão em outras experiências, o que é próprio dos jovens. (ENTREVISTADO 18)

Olhe, depois da oficina de design nós não paramos mais de criar e de participar de eventos. Tudo que produzimos conseguimos vender. Nesse evento mesmo, temos uns sessenta novos produtos e muita coisa já foi vendida. (ENTREVISTADO 9)<sup>35</sup>

A luta é grande, a minha produção é familiar, envolvi minha mãe, minha prima, a gente cria para um lado, cria para outro. A cliente pergunta se tem um formato, eu já corro e faço. Estamos vendendo em vários pontos, numa loja que é, na verdade, um projeto, aqui na feira, lá na universidade, por isso que eu digo, a gente não fica parado. (ENTREVISTADO 10)<sup>36</sup>

A ampliação do mercado é estimulada nas ações de design de várias maneiras, as principais que destacamos são: o entendimento de distintas linhas de produção, a definição dos públicos e as estratégias que são pensadas para cada produtor. Exercícios práticos são realizados para incitar essa promoção.

Uma consultoria de design, focada na melhoria da produção artesanal, pode garantir melhores resultados, se acompanhada de ações paralelas que contribuam para o planejamento e desenvolvimento dessa atividade. Perguntamos aos entrevistados se durante as ações de design aconteciam outras ofertas de capacitações de interesse deles, caso a resposta fosse negativa pedimos que listassem suas sugestões:

---

<sup>35</sup> O entrevistado 9 integra um grupo de produção artesanal do Agreste do Estado. Entrevista concedida em 10 de julho de 2016.

<sup>36</sup> O entrevistado 10 tem a sua própria empresa, que define como familiar e afirma sobreviver da sua produção. Entrevista concedida em 12 de julho de 2016.

Ligado a produção não. Deveria ter tido, no meu caso, tratamento do couro, maneiras de como manusear e tingir o couro. Também cursos mais aprofundados sobre precificação e as artesãs cobraram muito. (ENTREVISTADO 1)

Nos grupos que trabalhamos, aconteceu antes da ação de design uma formação em políticas públicas, mas precisariam aprender melhor como gerir, já fazem, mas não sabem, não tem a técnica, não tem propriedade do conhecimento para saber o que estão fazendo. Na capacitação em design foi trabalhada a gestão do grupo, como colocar preço em um produto, mas não foi aprofundado. Já no final do projeto vimos essa necessidade, mas não tínhamos mais recursos. Embora precisasse de muito mais tempo para que essas mulheres se apropriassem de tudo, elas vivem na opressão até para elas internalizarem, precisaria de muito mais tempo. (ENTREVISTADO 2)

Acho necessária uma capacitação de como você ter um planejamento mais aprofundado, muitos aqui não tem, como definir o seu preço final para o consumidor, teria que ter um curso paralelo, porque não adianta você ter uma oficina de design e ter a criação de um determinado produto e o artesão ficar se perguntando por quanto vai vender. Ele não tem essa metodologia nele de como calcular o preço, pesquisar a matéria prima para minimizar custo. No meu caso tive muita facilidade porque sou economista e isso me ajudou bastante, mas falando de um modo geral para o artesão, precisa ter cursos paralelos sim. (ENTREVISTADO 4)<sup>37</sup>

As necessidades são múltiplas e acaba se passando uma imagem para o grupo de que o profissional de design vai tratar sobre tudo. Assim, costumo fazer acordos com os artesãos e com a empresa que patrocina o projeto, deixando clara qual a demanda garantimos realizar junto à produção. (ENTREVISTADO 5)

Um reforço em custos sempre é bem vindo. Temos uns vícios que acabam atrapalhando na hora de colocar um preço numa peça. Um curso sobre como colocar preço é necessário. (ENTREVISTADO 10)

Como afirmam os entrevistados, apenas a intervenção de design não garante o desenvolvimento de um grupo produtor. As obrigações são muitas e as deficiências também. O design é uma parte desse sistema produtivo.

Os desafios são muitos, tanto para as equipes executoras quanto para os artesãos. Procuramos saber desses atores quais as maiores dificuldades encontradas por eles num processo de consultoria de design. A maioria das respostas retrata a postura dos artesãos e o cenário em que estão inseridos:

---

<sup>37</sup> O entrevistado 4 é representante da Associação dos Artesãos de Pernambuco, com sede em Recife. Essa associação já promoveu diversas oficinas de design, entre outras consultorias. Entrevista concedida em 27 de maio de 2016.

Além da resistência em relação às mudanças na produção, a proposta inicial era fortalecer as associações, mas no contexto do projeto, no tempo longo de ser aprovado até a sua realização, as associações tinham se enfraquecido ou desaparecido, encontramos muitas mulheres trabalhando individualmente. Tentamos trabalhar isso, explicando que o coletivo dava muito mais retorno financeiro para elas, como também de ampliação de mercado do que no individual. O grupo não conseguiu enxergar e isso é uma grande dificuldade, a postura individual pesa muito, isso é para mim para o coletivo não.

Então, a resistência ao novo, às questões políticas que estão presentes nesses lugares, o envolvimento na política local, na política-partidária, pertença ao grupo A ou grupo B e aquilo não consegue se separar e interfere muito tanto nas relações sociais quanto nas relações de trabalho.

No design é a resistência realmente, porque se trata de anos e anos de uma vida bem diferenciada e quando chega assim algo novo, assusta. Eu sou agricultora, eu sou dona de casa, sou uma mulher que vivo oprimida na relação da família, seja na casa dos pais, seja na casa com o marido e filhos. Entra aí também uma questão de subsistência, do desemprego, não tem uma renda muito favorável (nas cidades pequenas as pessoas dependem muito da prefeitura ou do comércio, do estado). Veja que contradição, no curso sobre políticas públicas eu aprendo sobre o visto previdenciário, mas no local que trabalho não tenho a carteira assinada e se eu for pedir a carteira assinada vou sair do trabalho.

Outra coisa que dificulta muito a evolução e emancipação desses grupos é que costumam ficar esperando apenas pela gestão pública. Isso é uma das coisas que me afligem, você leva a intervenção, você trabalha, enquanto você está lá o grupo funciona, saiu ninguém anda, tem que ter alguém para ir carregando, teria vários exemplos, e passa por uma questão cultural, também de insegurança. (ENTREVISTADO 2)

Dependendo do que foi proposto para o artesão, talvez uma das dificuldades seja de comprar matéria prima na região, porque numa associação do interior imagino que se utilize matéria prima da região ou de cidades vizinhas, mas aqui na ASSOCIAPE que se vive mais na região metropolitana, então de repente pode ter proposto um novo produto que ele não vai ter tanta facilidade de adquirir a matéria prima. Outra coisa é a acomodação, muito artesão é acomodado, talvez precisasse de alguma outra coisa que estimulasse a ele, independente da oficina de design, assim que levantasse a autoestima dessa pessoa porque muitas vezes é isso, a pessoa já está ali tão calejado, muitas vezes devido a casos mal resolvidos que a pessoa prefere não arriscar, tá bom porque eu vou inventar de fazer o que dona fulana falou se eu vou ter trabalho de pensar, vou ter que mudar, as vezes muda-se só um item na matéria prima, mas já acha que é um empecilho.

Depende do profissional também, porque já vi profissional que é tão técnico que está ali passa a ideia e se manda, já vi muito isso aqui na

associação. Infelizmente para esse tipo de ação dar resultado acho que você também tem que ter um envolvimento e um entendimento emocional com o grupo, se não houver esse movimento acho que a coisa não dar certo. É como se fosse assim, com esse envolvimento acontece que, no mínimo, a pessoa faz a peça para mostrar a dona fulana que se esforçou de passar um conhecimento ou informação para mim, passa a ser uma questão até de respeito. (ENTREVISTADO 4)

O medo do novo, da mudança, de sair da sua zona de conforto, mesmo que não esteja vendendo a sua produção, é o que gera muita resistência. Não entender o seu público, não planejar a produção, os seus custos são problemas recorrentes e acabam potencializando as dificuldades durante uma consultoria, isso acontece porque questionamos todo processo de produção e tentamos organizá-la com o apoio do artesão. Muitos desistem da consultoria, mas o que participam acabam ganhando, sem dúvida. (ENTREVISTADO 5)

Confesso que eu ficava desconfiada com alguns experimentos, mas depois dos testes via que era possível. A dificuldade foi mais essa, ter que parar para testar. Mas valeu demais a pena. Hoje tenho muito mais opções de cores nas minhas peças. (ENTREVISTADO 10)

Lembro que algumas pessoas do grupo tinham muita resistência para confeccionar as peças sugeridas, alguns até desistiam e tínhamos que ver quem realmente tinha interesse pela área de produção. Mas, no fim, conseguimos cumprir as metas do projeto e vejo que participaram aprenderam muito e hoje estão bem. (ENTREVISTADO 18)

No começo do nosso projeto tivemos alguns problemas em manter o mesmo grupo. Vinham às capacitações, as meninas participavam, depois algumas desistiam, mas hoje o grupo está bem. Quem está hoje, está produzindo. (ENTREVISTADO 9)

Nas discussões, levantamos também questões relacionadas à percepção sobre possíveis mudanças, ocasionadas no âmbito econômico, social, ambiental, organizacional e tecnológico, após a execução de um projeto de consultoria que propõe planejamento e melhorias na produção de artefatos, se foram percebidos pelos artesãos, pelas instituições executoras e pelos designers. Na sequência seguem as colocações:

O grupo com quem trabalhei já era associação, mas fortaleceu a gestão de grupo. Estimulou a entrada de algumas artesãs, tinham umas que fizeram a consultoria que não eram da associação e acabaram fazendo parte. Minimamente elas vendem uma vez por semana, expõem seus produtos, antes não acontecia. Sugerimos algumas ferramentas e processos que foram aceitos pelo grupo. Esses foram os principais pontos que atribuo a ação. (ENTREVISTADO 1)

Dentro da gestão pública, você conseguir um resultado de 20 ou 30% você conseguiu sucesso na ação. Acho pouco, acho que por estar mais

na ponta, mais próximo das realidades. De toda forma, as ações de design fortaleceram os grupos, estimularam a geração de renda e a criação de novos processos e produtos sem dúvida. No geral, um grupo deu uma sacudida, mas se manteve, o das rendeiras, o grupo estava se esvaziando e fizeram novas eleições, realmente fizeram e com a nova diretoria estão tocando o barco. Dois grupos foram criados, um deles continua se mantendo, vende para região e para fora, depois do projeto. Outro foi criado, teve todo um gás, mas esmoreceu. (ENTREVISTADO 2)

Para mim ampliou o mercado, mas parcerias entre os produtores, infelizmente, nem tanto, talvez por eu ser muito exigente não consegui, talvez seja por isso. Na minha produção eu tenho esse problema de conseguir trabalhar em conjunto com o outro por conta do meu nível de exigência muito alto. (ENTREVISTADO 3)

Acho que isso acontece normalmente nos grupos, quando se sentem bem, que melhoram, muitos deles acham que não precisam mais estar ali no grupo, eu teria vários exemplos, quando vieram para ASSOCIAPE foi pela necessidade, mas quando ganhou espaço, de melhoria, de abrir a mente e encontrou determinados caminhos, normalmente é assim, acabam saindo. Mas talvez quando é um grupo que ainda não é uma instituição, acho que talvez pela necessidade se una. No caso da ASSOCIAPE que já era uma instituição formada muitos vêm aqui buscando apoio e conheceram o caminho das pedras através da associação, depois saem. Já vi muitas reportagens nas mídias e o nome da ASSOCIAPE nem é citado, não existe um reconhecimento desse trabalho. E olhe que temos muitos artesãos aqui que são de nível superior, tem bastante informação, chega uma hora que se pergunta por que estou ali e acabam saindo. (ENTREVISTADO 4)

Destaco um movimento importante no social e no tecnológico. Essa entrada da gestão de grupo durante uma ação de design fortalece bastante um grupo que se propõe a produzir algo em parceria. No design os processos de produção são sempre explorados e a sugestão de melhorias está presente, podendo gerar economia de tempo, de materiais podendo resultar em impactos ambientais e econômicos. (ENTREVISTADO 5)

No social e financeiro, antes as pessoas desse grupo não tinham uma renda e agora tem. Isso ajuda também as famílias, aqui nós não temos muitas opções de emprego como na capital. (ENTREVISTADO 9)

Acho até que já foi dito, foi mais na questão de desenvolvimento pessoal e profissional dos jovens. Todas as ações, inclusive a de design, ajudaram nisso. (ENTREVISTADO 18)

Temos, na pesquisa, a proposta de desenvolver um modelo de gestão que sinalize os caminhos e as funções cabíveis para os atores envolvidos em projetos sociais. Perguntamos aos nossos convidados se, nas experiências com design, houve um profissional dessa área responsável pela gestão, e como eles avaliavam seus métodos:

Fiz parte da equipe de consultores e a gestão foi feita por um designer e foi boa porque havia uma orientação contínua para cada oficina. Tínhamos acesso à coordenação o tempo todo. [...] No entanto, seria interessante que a equipe de gestão visitasse as cidades com mais frequência durante a execução, pois senti falta da presença em alguns momentos. (ENTREVISTADO 1)

Aconteceu sim e foi positiva, mas tenho uma proposta, que gestão e consultoria sentem com mais frequência, que não tenha distância, que os relatórios sejam parciais, mensais e enviados para todos os envolvidos. Nos projetos que participei o problema foi que tínhamos uma empresa contratada para acompanhamento e manutenção da equipe de designers e dos grupos produtores, foi o formato como foi feito, assim as informações chegavam para nós (entidade executora) muito depois. (ENTREVISTADO 2)

Vimos que teve organização, o trabalho do designer estava presente o tempo todo, teve um acompanhamento, a equipe se envolveu emocionalmente, como eu disse que acho que é necessário, se preocupou inclusive com a questão da comercialização através da organização exposições. (ENTREVISTADO 4)

Na maioria das ações que participei aqui em Pernambuco sempre estive vinculada a centros de design ou envolvida com pesquisa que inclui designers e áreas afins. Não tive problemas, sempre participei das reuniões solicitadas e dos planejamentos para executar as ações. Já quando as consultorias estão ligadas a instituições em que o responsável não é da área existe uma preocupação em detalhar e explicar mais cada etapas da ação. (ENTREVISTADO 5)

Os encontros que realizamos com todos os grupos para as avaliações semestrais foram positivos, ajudaram na continuidade das oficinas e os designers sempre estavam presentes, assim como nós, as técnicas e os artesãos. Não tem outra maneira, tem que se avaliar e decidir os caminhos em grupo. Indicar essa forma de trabalhar numa proposta de gestão é importante. (ENTREVISTADO 18)

As colocações dos atores trazem perspectivas distintas, a depender do seu lugar de fala, e, por isso, a mostra dos principais pensamentos desses entrevistados serviu para o entendimento de como ações podem ser percebidas. Muitas variáveis que estão presentes na realização da consultoria foram expostas, do diagnóstico à execução das atividades, vimos ainda algumas posturas que interferem na realização dos projetos e, além disso, trouxeram informações que serviram de orientação para sistematização dos elementos que compõem o modelo de gestão proposto e apresentado a seguir. Em muitas falas o discurso se repetia, por isso, preferimos não expor todos os diálogos captados nas entrevistas.

## 6.6. O Modelo de gestão IDeA: revelando funções e consolidando compromisso

Em conformidade com o que estamos expondo e discutindo nessa pesquisa, apresentamos o **Modelo de Gestão IDeA**, que tem como propósito contribuir para novas gerações de profissionais da área de design, e também de áreas afins, a partir da indicação das funções dos atores envolvidos numa ação de consultoria em design. No item 4.1. dessa seção, trouxemos a percepção sobre as funções desempenhadas pelo designer, como também, no item 4.6.1., citamos a respeito das fases interna e externa de gestão e planejamento, que ocorrem no desenvolvimento de uma proposta de trabalho; essas fases também podem ser mapeadas para as instituições e artesãos, através da indicação das suas respectivas competências.

Ao integrar, nesse processo de ação de design, uma instituição executora, uma equipe de design e um grupo de produção artesanal, nomeamos o modelo de referência que propomos como: **IDeA** – **I** referente à **INSTITUIÇÃO**, **De** - alusivo ao **DESIGNER** e **A** – indicando **ARTESÃO**. Dessa forma, entendemos que a nomenclatura definida contempla todos os atores envolvidos na tarefa de apoiar, para desenvolver e executar atividades a favor da melhoria da produção artesanal, a partir de uma política de intervenção. Com isso, além das funções apontadas para o designer, chegamos à indicação das funções internas e externas para a instituição e o grupo de artesãos envolvidos. Entendemos, assim, que os atores ao adotarem/executarem as ações pertinentes a cada função contribuirão para efetivação da participação de todos os atores, além da promoção dos resultados no procedimento de intervenção.

O reconhecimento das ações que integram as fases A e B, na perspectiva de cada ator, expostas a seguir, devem colaborar para que um projeto de intervenção consiga atingir os resultados desejados pelos representantes de cada instituição, a partir das suas competências. Cabe explicar, também, que as ações são dinâmicas e podem sofrer acréscimos, a depender do perfil da instituição executora, do grupo produtor artesanal e da equipe de design. As fases interna e externa estão diretamente ligadas ao funcionamento de todo o processo, onde temos a fase interna referenciada com a letra A e a fase externa referenciada com a letra B, esta última é a que corresponde especificamente às relações que envolvem uma ação de design. Todas as ações da fase externa (referente à instituição, designer e artesão) devem caminhar juntas para garantia dos resultados. A seguir descrevemos as competências de cada ator nas FASES A e B, em formato de tabela, e mais adiante trazemos um gráfico que resume essas fases

através de percentuais que indicam as competências individuais e as competências que podem ser compartilhadas pelos atores.

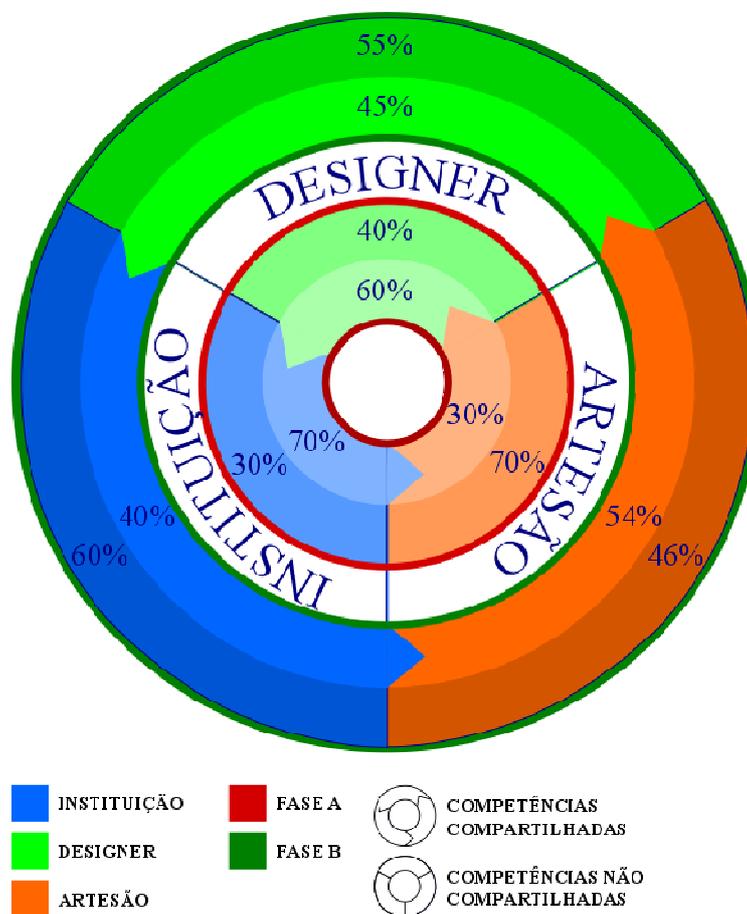
Tabela 07 - Descrição das FASES A e B dos atores envolvidos numa ação de design junto à produção artesanal

ATORES	Fase A - Interna	Fase B - Externa
<b>INSTITUIÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arrecada recursos financeiros para ações de intervenção;</li> <li>- Identifica e define a ação necessária a ser realizada;</li> <li>- Busca parcerias entre instituições e/ou mercado;</li> <li>- Pesquisa e indica um grupo produtor de artesanato;</li> <li>- Monta uma equipe de profissionais que irão atuar em ações junto ao grupo de artesãos;</li> <li>- Realiza reuniões;</li> <li>- Realiza diagnóstico preliminar;</li> <li>- Disponibiliza recursos financeiros para ações de intervenção;</li> <li>- Solicita registros e relatórios;</li> <li>- Divulga os projetos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiza diagnóstico junto à equipe executora e grupo de artesãos;</li> <li>- Cadastra os artesãos interessados;</li> <li>- Acompanha a realização das ações de design;</li> <li>- Acompanha a produção dos artesãos junto à equipe de design;</li> <li>- Realiza reuniões periódicas com todos os atores envolvidos.</li> </ul>
<b>DESIGNER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recebe uma proposta inicial de intervenção;</li> <li>- Pesquisa e avalia o grupo produtor indicado;</li> <li>- Formata uma proposta inicial;</li> <li>- Participa de reuniões;</li> <li>- Realiza diagnóstico;</li> <li>- Elabora uma proposta de intervenção;</li> <li>- Planeja a Oficina de Design;</li> <li>- Pesquisa sobre o grupo, o produto e o mercado;</li> <li>- Pesquisa e elabora dinâmicas sobre a gestão do grupo;</li> <li>- Produz registros e relatórios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiza o primeiro encontro para afinar a proposta;</li> <li>- Realiza a Oficina de Design a partir de módulos planejados;</li> <li>- Pesquisa contínua de produtos e mercado junto ao grupo;</li> <li>- Desenvolve produtos junto ao grupo de artesãos;</li> <li>- Avalia os experimentos junto ao grupo de artesãos;</li> <li>- Propõe melhorias nos experimentos;</li> <li>- Reavalia os protótipos junto ao grupo de artesãos;</li> <li>- Sugere a apresentação do produto junto ao grupo de artesãos;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplica dinâmicas sobre a gestão do grupo;</li> <li>- Sugere possíveis clientes no mercado;</li> <li>- Indica estratégias de vendas.</li> </ul>
<b>ARTESÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Define sua produção e público;</li> <li>- Providencia matéria prima, ferramentas e materiais;</li> <li>- Organiza o espaço de produção;</li> <li>- Toma decisões sobre a equipe de trabalho (quando possui);</li> <li>- Pensa estratégias de vendas;</li> <li>- Calcula os seus custos;</li> <li>- Organiza o estoque;</li> <li>- Providencia o transporte e manutenção da produção;</li> <li>- Cuida da apresentação dos produtos artesanais;</li> <li>- Expõe e vende sua produção.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participa do diagnóstico junto à instituição e a equipe de design;</li> <li>- Indica as necessidades da produção;</li> <li>- Discute o planejamento da consultoria (cronograma, carga-horária, temas a serem abordados, etc);</li> <li>- Frequenta os encontros;</li> <li>- Participa das atividades desenvolvidas nos encontros;</li> <li>- Realiza as atividades propostas na sua produção;</li> <li>- Executa peças modelos junto à equipe de design;</li> <li>- Refaz peças modelos quando necessário;</li> <li>- Avalia junto à consultoria as mudanças realizadas;</li> <li>- Produz os protótipos;</li> <li>- Pesquisa o mercado junto à equipe de design;</li> <li>- Expõe o produto;</li> <li>- Vende o produto.</li> </ul>

Fonte: a autora

Gráfico 12 – Modelo de gestão IDeA: fases A e B que envolvem os atores relacionados à intervenção de design + produção artesanal e suas competências



Fonte: a autora

Para uma melhor leitura do Gráfico 12, observe que os atores estão caracterizados por cores distintas, sendo azul para instituição, verde para o profissional de design e laranja para o artesão. Existem dois anéis, um interno com contorno vermelho, representando a Fase A, e um externo com contorno verde, representando a Fase B. Para as competências compartilhadas pelos atores utilizamos o elemento seta sugerindo uma continuidade e intercessão nas funções que desenvolvem, já para as competências que restringem as funções de cada ator utilizamos segmentos fechados, conforme a legenda. A partir do mapeamento das funções dos atores, desenvolvimento das atividades e verificação das competências, que podem ou não ser compartilhadas, chegamos aos percentuais indicados nesse gráfico. Dessa maneira, por exemplo, na Fase

A do designer, 40% das suas competências são restritas as suas funções, enquanto que 60% são competências que podem ser compartilhadas e sofrer contribuições dos outros atores, somando assim os 100% dessa fase. Na Fase B, temos que 55% das suas competências são restritas as suas funções e 45% podem ter contribuições dos demais atores. A leitura das competências, em percentuais, também é explicitada para a instituição e para o artesão. A seguir, trazemos exemplos das atividades que podem ser desenvolvidas por cada ator, além da indicação das competências que podem ou não ser compartilhadas.

#### 6.6.1. Discussões sobre o modelo de gestão IDEa

A apresentação das fases listadas na tabela 07 é resultado da experiência em participar de vários projetos de intervenção, cada um com exigências específicas, em que trabalhamos com diversos perfis de instituições, designers e artesãos. Dentro dessas instituições, tivemos o contato com múltiplos profissionais e seus cargos, com seus critérios, requisições e cobranças exclusivas. Quanto aos designers, esses também têm metodologias, métodos, vontades e interesses distintos. O público dos artesãos, muitas vezes, não distingue as funções das fases interna e externa; no entanto, durante o desenvolvimento das ações, as ideias vão ficando mais nítidas. A fase interna, corresponde a organização e planejamento do artesão junto a sua produção, independente da consultoria de design, por exemplo, fase em que ele providencia a matéria prima, atende ou visita os seus clientes, organiza o seu espaço físico. Já na fase externa, depois dos acordos entre os atores da consultoria, haverá um investimento na execução dos artefatos desenvolvidos durante a oficina de design, como também, implementação de melhorias no processo de produção. Quando essa distinção entre as fases não acontece, os experimentos ou a própria produção pode apresentar dificuldades, por exemplo, de prazo, de qualidade na produção junto a consultoria e junto ao mercado.

Quando afirmamos anteriormente que a consultoria envolve ações dinâmicas, essa característica é instrumentada ao modelo, tornando-o também ativo e não estático. Essa dinamicidade é vista historicamente como um atributo inerente ao campo da gestão. As fases estão indicadas intencionalmente como uma ação atrelada a cada ator, apesar disso, o designer ou o artesão pode assumir uma função que está indicada à instituição como, por exemplo, buscar parcerias, arrecadar recursos, sugerir com qual equipe se

deseja trabalhar. Ao mesmo tempo, a instituição pode providenciar a matéria prima do artesão, expor e vender o seu produto, entre outras ações que compõem a proposta. Essas atividades devem ser acordadas e colocadas como meta já no início da construção da consultoria, onde se deve indicar especificamente qual a função de cada integrante envolvido. A não clareza dessas funções pode levar a resultados negativos, prejudicar o desenvolvimento da ação e, principalmente, a participação dos artesãos.

No Gráfico 12, antecipamos a indicação das atividades, em percentuais, na perspectiva de atuação em que os atores envolvidos podem assumir e compartilhar funções. Agora, apresentamos as fases da gestão **A** – interna a cada ator e **B** – externa e interligada a cada ator, respectivamente:

Tabela 08 - Indicação das atividades voltadas à FASE A na perspectiva de atuação dos outros atores envolvidos

ATOR	Gestão – Fase A	DESIGNER	ARTESÃO
<b>INSTITUIÇÃO</b>	- Arrecada recursos financeiros para ações de intervenção;	X	X
	- Busca parcerias entre instituições e/ou mercado;	X	X
	- Identifica e define a ação necessária a ser realizada;	X	X
	- Pesquisa e indica um grupo produtor de artesanato;	X	X
	- Monta uma equipe de profissionais que irão atuar em ações junto ao grupo de artesãos;	X	X
	- Realiza reuniões;	X	X
	- Realiza diagnóstico preliminar;	X	-

	- Disponibiliza recursos financeiros para ações de intervenção;	-	-
	- Solicita registros e relatórios;	-	X
	- Divulga os projetos.	X	X

ATOR	Gestão – Fase A	INSTITUIÇÃO	ARTESÃO
<b>DESIGNER</b>	- Recebe uma proposta inicial de intervenção;	X	X
	- Pesquisa e avalia o grupo produtor indicado;	X	-
	- Formata uma proposta inicial;	X	-
	- Participa de reuniões;	X	X
	- Realiza diagnóstico;	X	X
	- Elabora uma proposta de intervenção;	X	X
	- Planeja a Oficina de Design;	-	-
	- Pesquisa sobre o grupo, o produto e o mercado;	X	X
	- Pesquisa e elabora dinâmicas sobre a gestão do grupo;	-	-
	- Produz registros e relatórios.	X	X

ATOR	Gestão – Fase A	INSTITUIÇÃO	DESIGNER
<b>ARTESÃO</b>	- Define sua produção e público;	-	X

	- Providencia matéria prima, ferramentas e materiais;	X	-
	- Organiza o espaço de produção;	-	X
	- Toma decisões sobre a equipe de trabalho (quando possui);	-	X
	- Pensa estratégias de vendas;	X	X
	- Calcula os seus custos;	-	X
	- Organiza o estoque;	-	X
	- Providencia o transporte e manutenção da produção;	X	X
	- Cuida da apresentação dos produtos artesanais;	-	X
	- Expõe e vende sua produção.	X	X

Fonte: a autora

Tabela 09 - Indicação das atividades voltadas à FASE B na perspectiva de atuação dos outros atores envolvidos

ATOR	Gestão – Fase B	DESIGNER	ARTESÃO
<b>INSTITUIÇÃO</b>	- Realiza diagnóstico junto à equipe executora e ao grupo de artesãos;	X	X
	- Cadastra os artesãos interessados;	X	-
	- Acompanha a produção dos artesãos junto à equipe de design;	X	-

	- Acompanha a realização das ações de design;	-	-
	- Realiza reuniões periódicas com todos os atores envolvidos.	X	X

ATOR	Gestão – Fase B	INSTITUIÇÃO	ARTESÃO
<b>DESIGNER</b>	- Realiza o primeiro encontro para afinar a proposta;	X	X
	- Realiza a Oficina de Design a partir de módulos planejados;	-	-
	- Pesquisa contínua de produtos e mercado junto ao grupo;	X	X
	- Desenvolve produtos junto ao grupo de artesãos;	-	X
	- Avalia os experimentos junto ao grupo de artesãos;	-	X
	- Propõe melhorias nos experimentos;	-	X
	- Reavalia os protótipos junto ao grupo de artesãos;	X	X
	- Sugere a apresentação do produto junto ao grupo de artesãos;	-	X
	- Aplica dinâmicas sobre a gestão do grupo;	X	X
	- Sugere possíveis clientes no mercado;	X	X
	- Indica estratégias de vendas.	X	X

ATOR	Gestão – Fase B	INSTITUIÇÃO	DESIGNER
ARTESÃO	- Participa do diagnóstico junto à instituição e a equipe de design;	X	X
	- Indica as necessidades da produção;	-	-
	- Discute o planejamento da consultoria (cronograma, carga-horária, temas a serem abordados, etc);	X	X
	- Frequenta os encontros;	X	X
	- Participa das atividades desenvolvidas nos encontros;	-	X
	- Realiza as atividades propostas na sua produção;	-	-
	- Executa peças modelos junto à equipe de design;	-	X
	- Refaz peças modelos quando necessário;	-	X
	- Avalia junto à consultoria as mudanças realizadas;	X	X
	- Produz os protótipos;	-	X
	- Pesquisa o mercado junto à equipe de design;	X	X
	- Expõe o produto;	X	X
	- Vende o produto.	X	X

Fonte: a autora

Apontamos também o mercado como um ator interessado na produção artesanal, contudo, não incluímos as fases do “mercado” no modelo de gestão sugerido, por entender que as ações identificadas podem ser concretizadas numa abordagem direta entre as instituições parceiras, designers e artesãos. Voltando a Manzini (2008) que aponta o designer como ator social, que lida com as interações cotidianas dos seres humanos com seus artefatos, investimos nos atores responsáveis em promover essa produção, também por entender que o designer, voltado à melhoria dos produtos culturais, atua junto às instituições e produções, já com o objetivo e foco no mercado, pesquisando e montando estratégias.

Para que haja uma ação coerente e participativa, todas as fases e suas ações devem partilhar de um acordo mútuo. Desde a identificação do grupo a ser consultado, o planejamento da consultoria, a escolha da equipe de designers, o desejo do artesão em ser atendido e em aceitar mudanças na sua fabricação, as metas e resultados esperados, além de outras características, devem compor a proposta de uma consultoria de design com foco no desenvolvimento e melhorias numa produção artesanal.

Apesar da indicação dos atores e de seus papéis estarem apresentados distintamente, isso não impede que os envolvidos circulem por outras funções, ao ponto de torná-las, inclusive, interseções com o objetivo de contribuição e participação. Vislumbramos uma relação estreita entre instituições, designers e artesãos, para a realização conjunta de uma atividade externa numa produção privada. O artesão, ao aceitar uma proposta de intervenção, deve entender que a sua experiência com a produção passa a ser compartilhada com os demais atores externos. Ele permite avaliar (junto ao designer) todo o processo de produção, e passa a entender e melhorar a gestão do seu negócio, o seu produto, o seu mercado, as suas parcerias, as suas estratégias de sobrevivência e de vendas. Com essa permissão, sucede uma postura mais criteriosa, focada num planejamento estratégico, capaz de tornar a sua produção sustentável, gerando renda e emprego, fortalecendo a sua produção e, ao mesmo tempo, a nossa cultura de artefatos artesanais.

Após a realização da coleta de dados, que resultaram na formatação do modelo de gestão, voltamos a ter contato com os nossos entrevistados para apresentação e avaliação do modelo IDeA proposto. Apresentamos algumas das observações:

Está bem determinada a função de cada ator. É de grande importância à participação do artesão em todo processo, a começar pelo conhecimento do que a consultoria de design irá lhe proporcionar. Em contrapartida, o designer conhecer o trabalho dos artesãos para que a partir desse conhecimento possa elaborar uma proposta de intervenção é importante. Assim como a instituição acompanhar as ações tendo posse então das necessidades, dificuldades, e benefícios da ação. A unicidade do discurso dos atores facilita a execução das funções de cada um, contribuindo, portanto, para um melhor resultado da intervenção. (ENTREVISTADO 1)

Apesar de termos o mesmo foco, pensando em projetos sociais, até pela nossa área e formação, temos olhares diferentes. Mas é nessa direção de tentar entender as necessidades reais de todos os atores envolvidos que temos que pensar nas propostas das ações. No seu modelo você sugere que algumas etapas aconteçam simultaneamente, isso é possível, é uma proposta inovadora. (ENTREVISTADO 2)

Muito bom porque achei claro, objetivo, bem sintético, apresenta um resumo de tudo que o profissional tem que ser e perceber. O bom profissional precisa entender tudo isso que é citado no modelo. (ENTREVISTADO 4)

O modelo poderá ser usado como uma referência por aqueles que pretendem atuar na área de design e artesanato, e talvez até em outras áreas, pois traz detalhes que um profissional com pouca experiência pode não prever em determinadas situações. (ENTREVISTADO 5)

O modelo foi elaborado após o experimento com a ASSOCIAPE, e discutindo com um grupo de vinte artesãos, em sua maioria mulheres. Participamos das reuniões mensais desde 2014 até os dias atuais. Os encontros acontecem sempre na última sexta-feira de cada mês. Nesse momento das reuniões, tratamos dos elementos que configuram o Modelo de Gestão IDeA. Temas e questões sobre o processo de produção, estratégias de vendas, gerenciamento das atividades, trabalho em parceria, gestão do grupo, entre outros assuntos foram evidenciados por nós e pelo grupo.

Para finalizar, durante as entrevistas realizadas com diversos representantes dessa nossa trajetória, apresentamos algumas considerações pós-consultoria colhidas durante a realização da décima sétima edição da FENEARTE:

O Design mudou a visão e o olhar em tudo. Achei muito interessante e não paro de pesquisar após o contato com designers. (ENTREVISTADO 11, ASSOCIAPE, 2016)<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> O entrevistado 11 integra o grupo de artesãos da ASSOCIAPE. Entrevista concedida em 12 de julho de 2016.

Depois da consultoria de design a gente virou artesão. O trabalho do designer ajudou demais, pois passamos a buscar a nossa essência, a história da nossa cidade, as nossas referências e deu muito certo. Hoje empregamos trinta pessoas na produção da ArteCupira. (ENTREVISTADO 9, ArteCupira, 2016)

Ter passado por uma consultoria de design foi um divisor de águas. É como se você se reinventasse. Eu, por exemplo, era monocromática e agora eu sou policromática. Descobri o que eu já tinha em mãos. Daí passei a ter um olhar diferenciado, com isso, entrei na área de decoração. (ENTREVISTADO 10, RAMIFICA, 2016)

Quando a equipe de design chegou foi muito interessante porque nos fez enxergar o que já tínhamos e passamos a valorizar mais. Eu acho que os designers são videntes. O que eles falam que as pessoas vão gostar, elas gostam, rsrsrsrs... E nós da Associação aprendemos muito e não paramos de criar. O estande daqui da feira fomos nós quem compramos. A prefeitura contribuiu com as hospedagens e passagens, mas o estande faz tempo que é nosso. (ENTREVISTADO 12, CONCEIÇÃO DAS CRIOULAS, 2016)

Para minha idade e experiência, eu achava que não ia aprender mais nada. Mas, foi diferente, foi muito bom. (ENTREVISTADO 15, BEZERROS, 2016)<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> O entrevistado 15 é um mestre artesão da cidade de Bezerros. Entrevista concedida em 10 de julho de 2016.

## 7. CONCLUSÕES

### 7.1. Considerações iniciais

Descobrir a produção artesanal como uma área de atuação, ainda como estudante de design, foi imprescindível para minha formação profissional. Nela, enxerguei uma oportunidade e vi que era possível trabalhar com diversas produções, como também, era uma maneira de dar um retorno para a sociedade. Para nossa surpresa, desde as primeiras experiências, junto aos projetos de extensão do curso de design, não paramos mais e todos os anos novos grupos apareciam. Assim, reiteramos a ideia de termos na produção artesanal uma área de atuação propícia para execução de ações de design, capaz de promover melhorias sociais, ambientais, econômicas e de tecnologia. Por essa razão, propomos como pesquisa a descrição das nossas experiências, como designer de produto que atuou em produções artesanais, e o confronto com as teorias aqui abordadas, esperando contribuir para a formação e estímulo dos jovens designers que pretendam trabalhar nessa área, a partir da exposição de um método construído e de um modelo de gestão do design. A experiência de atuação junto a pequenas produções populares nos faz acreditar que a aproximação do design com o artesanato possibilita a aprendizagem, a troca mútua, a inovação, a valorização e a manutenção das técnicas e dos processos de produção desses artefatos.

Rer e escrever sobre a história do design e, também, perceber que a produção artesanal é um elemento presente em toda construção e desenvolvimento do design, apenas reforçou o quanto a discussão é relevante para a contemporaneidade e para gerações futuras de estudantes e de profissionais. Pesquisando dados atuais sobre o artesanato, listando as instituições e os profissionais interessados pela área, as políticas públicas pensadas para valorizar, preservar a cultura e a identidade do nosso povo, as classificações e conceitos definidos por quem trata com tal produção, com o objetivo de contribuir com a discussão e, também, para o entendimento de quem desejar aprofundar a pesquisa nesse setor produtivo. As teorias abordadas revelam questões que circundam a produção dos artefatos produzidos pela sociedade, sejam artesanais ou industriais; assim, as ideias articuladas a partir dos vários autores referenciados contribuem para a investigação aqui levantada, do fazer manual como relevante para o ser humano, para a economia, para troca de saberes e valorização da cultura. A criação e produção de produtos estão diretamente ligadas a questões das relações humanas que são construídas

no cotidiano, como: consumo, acesso, distribuição, conservação, reuso, distinção, valorização de uma cultura local, as relações que são construídas e desconstruídas. Essas relações humanas foram abordadas quando tratamos sobre economia da cultura, globalização, consumo, capital social e simbólico, desenvolvimento local.

A partir das discussões apresentadas nas teorias de Bourdieu (2012), vimos o capital simbólico ressignificado na perspectiva da inovação social, refletido numa produção artesanal, valorizando e empoderando o artefato, artefato esse que sofre uma classificação elitista, e que agora passa por uma revalorização. Nessas discussões as ideias modernistas, elitistas, tradicionalistas, do início do século XX, discutidas por Durval (1994) refletem na classificação que é dada aos produtos, dos valores refletidos nas pessoas, no modo de vida da sociedade. Além do mais, tais discussões expandiram para questões de gênero quando se percebe uma tendência de valorização de mercado ao que é produzido pelo homem, do que aquele produzido pela mulher. No entanto, apesar dessa diferença entre gêneros, enxergamos que existe uma grande demanda em Pernambuco para realização de consultoria na área do trabalho manual, e assim, para a atuação do design nessas produções.

Tais teorias também elucidaram situações, como por exemplo, quando uma ação de design não atinge por completo os objetivos de melhorias do produto em si, a ação pode apresentar outros resultados que podem ser avaliados de maneira positiva, como por exemplo, o empoderamento do grupo, o reconhecimento das capacidades do grupo local, a ampliação da rede de contato desse grupo com representantes externos, a integração social, a inovação que são elementos discutidos nas teorias de Certeau e do Desenvolvimento Local.

Vislumbramos que as intervenções de design, discutidas nessa pesquisa, integram a perspectiva da prática social entre instituições compromissadas com a troca de experiências entre os atores, de maneira a estimular a promoção de melhorias nas culturas das comunidades produtoras de artefatos artesanais, sabendo que existem outras intervenções que não se restringem apenas ao artesanato, mas a ações voltadas a agricultura familiar, a pecuária, a saúde da família, a religião, ao turismo, ou seja, as práticas cotidianas na vida das pessoas e suas experiências locais.

A partir da pesquisa de artigos e trabalhos acadêmicos, também deduzimos que a atuação do profissional de design, junto às produções artesanais, é vista e acompanhada como uma prática positiva. Em todos os artigos analisados esta afirmação está presente.

Portanto, é com o espírito de uma boa relação entre áreas e profissionais distintos que indicamos e estudamos a prática da intervenção do design junto ao artesanato. Artesanato esse que, além de representar uma tradição local, apresenta distintos significados e representações, a depender da cada comunidade onde é produzido Santaella (2003). Também identificamos, através dessa pesquisa, que temos a necessidade de discutir mais sobre design e gestão, apresentar processo e modelos de forma mais clara, que contribua para a atuação dos profissionais de design, na busca de resultados concretos de sustentabilidade junto aos grupos produtores de artesanato.

Sistematizar os dados e as experiências obtidas, com design e artesanato, gerou um percurso metodológico importante para a organização das ideias e para a exposição dos aspectos que desejávamos apresentar. Configuramos uma pesquisa exploratória, onde descrevemos algumas situações empíricas, através da apresentação dos estudos de caso, por entendermos que trazer vivências relacionadas às questões levantadas nas discussões ilustrariam aspectos e elementos primordiais para o desenvolvimento da pesquisa, além de apresentar circunstâncias reais pelas quais um profissional de design, artesãos e instituições experimentam.

Repetindo uma frase já dita, não se trata de uma área fácil de atuação, como tantas outras, por existirem múltiplos fatores e variáveis que solicitam a constante criação de soluções de problemas e adaptações em diversas situações. No entanto, após todas as ideias aqui expostas, se o designer tiver consciência do seu papel, e também entender as necessidades do público a ser trabalhado, conseguirá ampliar suas estratégias de ação. Junto ao artesão, o designer deve saber tratar o processo de desenvolvimento dos produtos como parte integrada à promoção de uma mudança, que deve acontecer de forma cuidadosa, criteriosa e negociada. A aprovação na construção de uma nova peça, na melhoria de um processo, na indicação de um novo público, são exemplos de etapas de desenvolvimento referentes à intercessão do designer. É preciso levar em consideração que essas transformações podem não acontecer rapidamente. O grupo ou o indivíduo que produz artesanato é reconhecido em sua sociedade como tal, por ser o seu ofício, seu exercício cotidiano; com isso, pratica e possui comportamentos diante da comunidade que, muitas vezes, se enquadram no esperado pelo sistema social que integra; por isso, o trabalho de um ator externo, nesse caso o designer, deve levar em conta tais relações e valores, as individualidades, as lideranças, de uma maneira que venha contribuir com a sua produção, também, que fortaleça as relações e as articulações locais.

Assim, devemos considerar que, para se gerar alguma transformação em um grupo ou localidade, a reprodução de uma relação durável e útil deve envolver e estimular as pessoas que integram os lugares a serem desenvolvidos. A relação institucional durável e útil também é possível, mas não acreditamos que as ações pontuais sejam o caminho para essa relação, ou que tão pouco consiga gerar algum resultado efetivo, como o da mudança, sem que se invista num envolvimento coletivo dos habitantes de uma comunidade, por exemplo.

É interessante entender que o artesão consegue fazê-lo sozinho, no entanto, ao juntar seus esforços e saberes com as experiências de um designer ele pode modificar e melhorar a técnica e a forma. O designer, como contrapartida, aprende um pouco do ofício, explora as técnicas e colabora com a realização e justificativa das formas. De modo que acreditamos que esses dois atores ganham com a experiência. Esta arte do fazer colabora também para manutenção da cultura, no momento em que é repassada e disseminada para outros grupos, sejam locais ou de outros lugares. Esta é outra forma de atuação das intervenções de design, que estimulam a promoção da disseminação das técnicas artesanais para grupos que não detêm o ofício, mas buscam aprendê-los para garantir a sua existência.

Quando trazemos uma discussão sobre a forma física do artefato, em que Suassuna (2007) fala do ofício, da técnica e da forma trabalhada por um artista, queremos fazer um paralelo entre a relação do artesão com o designer, cada um explorando os seus conhecimentos e promovendo uma troca de saberes durante a consultoria de design, com a finalidade mútua de promover inovação e melhoria nos produtos, no processo de fabricação e na apresentação dessa produção, a partir das suas especialidades. Esse processo acaba abrangendo o ofício e a técnica dos atores e mexe com a elaboração da forma dos artefatos artesanais.

O crescimento e a valorização da produção artesanal estão evidentes, embora não se discuta como a manutenção dos projetos junto às instituições pode acontecer de forma favorável. Entendemos que precisa ser discutida a necessidade de uma atuação contínua do design interagindo com o produtor artesanal, pois o que vemos são ações pontuais atreladas ao discurso de desenvolvimento e sustentabilidade, sem que estes aspectos fortifiquem efetivamente os grupos atendidos pelas ações. Outras questões envolvem uma produção artesanal: tivemos ações em que a participação de profissionais de outras áreas fortaleceu o trabalho de gestão junto ao grupo de artesãos. No entanto, nem todas as ações de design conseguem ter esse suporte de profissionais da área social, da

administração, da psicologia, ou outras. Muitas vezes a necessidade de se trabalhar com essas outras áreas era tão importante, para a ação como um todo, que começamos a adotar dinâmicas e discussões que extrapolavam o foco da produção de artefatos. A relação construída com o grupo e com a instituição parceira, nessas situações, pode facilitar mudanças de estratégias na consultoria, por revelar aspectos no grupo que não foram possíveis de detectar no diagnóstico.

A partir dos estudos, da pesquisa e da nossa experiência empírica vimos que nem todas as propostas estão preocupadas ou focadas no desenvolvimento dos grupos atendidos. Uma ação em que o foco é apenas a criação e execução de artefatos, muitas vezes, deixa de lado aspectos importantes como a gestão do grupo; a apropriação do método de design que pode levar um indivíduo ou um grupo a ser independente e sustentável não é contemplada. São vários fatores que levam a esse formato de atuação, como: uma ação com prazo muito curto, o interesse em manter aquele grupo dependente da ação e da instituição, a falta de recursos para proporcionar oficinas ou cursos com temas paralelos e importantes para o desenvolvimento efetivo dos artesãos, entre outros fatores.

Ainda sobre as intervenções, quando Bonsiepe (2011) percebe seis possíveis formas de relacionamento na atuação do design com o artesanato, defendemos a perspectiva em que a promoção da inovação seja prioritária, quando ele afirma ser um processo de intervenção que estimula a autonomia do artesão para melhorar suas condições de subsistência. Diante dessas perspectivas lançadas por ele, e analisando as ações de design das quais acompanhamos, observamos que essas relações são reais e refletem qual o verdadeiro objetivo da ação, quais os interesses em jogo. Mais uma vez, o artefato artesanal é abordado como elemento cultural que atrai investimentos e provoca reflexões quanto às representações políticas, sociais e econômicas. Ao apresentar os atores envolvidos numa ação de design sem hierarquias, o modelo IDeA aqui apresentado objetiva promover o estímulo a autonomia, no momento em que se percebe o artesão como um ator ativo e participante em todas as etapas do processo de intervenção.

Durante a realização das entrevistas, tivemos momentos gratificantes, por entender que as ações de design colaboraram para o desenvolvimento das pessoas e dos grupos, respeitando as individualidades, as relações entre os integrantes de uma produção e as decisões dos grupos; conseguimos perceber esses aspectos nas falas e entender, a partir

dos depoimentos, que as consultorias foram vistas como positivas. Todos os entrevistados ficaram muito à vontade para se colocar.

Apresentamos um roteiro de atuação de design, além do modelo de gestão, por entender que as experiências junto aos grupos produtivos nos levaram a identificar mudanças de posturas, ajustes metodológicos que aconteceram durante as consultorias. Após realizar tantos ajustes, configuramos um roteiro de relacionamento entre os atores, para aplicação em intervenções, que envolve o artesão do início ao fim, também, o modelo de gestão propõe a participação de todos os atores envolvidos, por se tratar de uma ferramenta, e até mesmo estratégia, que valoriza as parcerias e os saberes de todos. Uma ação de design pode gerar resultados que ultrapassam a questão econômica, pois pode trazer um bem-estar para um grupo, melhorar a autoestima de uma pessoa, fortalecer as relações de grupo, descobrir capital humano, incentivar a valorização local, provocar mudanças, entre tantas outras percepções.

Em relação ao modelo IDeA proposto, sugerimos uma construção cuja especificidade seja a participação ativa da totalidade dos envolvidos, em que o comprometimento ganha destaque. Na perspectiva do designer, afirmamos que devemos planejar uma ação, voltada a produção artesanal, de maneira que consigamos atender às expectativas e aos resultados esperados por todos os atores abarcados na consultoria.

## **7.2. Dificuldades encontradas**

O desenvolvimento dessa tese aconteceu sem maiores dificuldades. A partir dos conhecimentos apreendidos no mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local do Posmex – UFRPE, somados as discussões na Pós-graduação de Design, iniciamos uma jornada em que tivemos acesso às informações e aos conteúdos que contribuíram para esse formato de apresentação. Termos utilizado as experiências empíricas para contrapor as teorias acadêmicas, e perceber as similaridades, facilitaram a nossa construção e formação profissional. No entanto, um dos problemas que encontramos e que podemos aferir como dificuldade aconteceu na etapa das entrevistas. Conseguimos entrevistar artesãos, técnicos e designers que acompanharam as diversas oficinas de design realizadas em Pernambuco. A dificuldade para encontrar alguns artesãos, pelo tempo sem contatar, pela distancia geográfica, pela desistência em produzir artesanato, mudanças de endereço e contatos telefônicos, entre outros. Mesmo assim, conseguimos

conversar com muitos participantes dessa pesquisa durante a realização da décima sétima edição FENEARTE.

### **7.3. Recomendações para trabalhos futuros**

Consideramos as ações de design desenvolvidas em nosso estado importantes para o desenvolvimento da produção artesanal, como também, para confirmação de demanda de mercado voltada aos profissionais de design e de outras áreas que se interessam em contribuir com as produções das manufaturas, de referencia local, social e cultural. Temos plena consciência de que a discussão não se esgota nesse trabalho. Temas como políticas públicas, metodologias aplicadas, a observação dos impactos relacionados aos programas, a construção de índices e dados sobre a produção, discussões sobre as classificações e conceitos relacionados ao artesanato, são algumas recomendações para pesquisas futuras que sugerimos serem estabelecidas e aprofundadas.

### **7.4. Considerações Finais**

Após a exposição dos conceitos, dados e ideias desse trabalho, além da justificativa quanto à relevância da área de atuação para designers, e do propósito em contribuir com a melhoria das produções artesanais, ficamos na expectativa de poder estimular a participação de profissionais em programas e projetos sociais. Integro o quadro do corpo docente do Departamento de Expressão Gráfica, onde investimos em conhecimentos que tratam do desenho como linguagem; nele, atendemos os cursos de graduação em Arquitetura, Licenciatura em Expressão Gráfica e todas as Engenharias. Também sou responsável pela coordenação de extensão desse departamento. Atualmente conseguimos montar um laboratório voltado para prototipagem rápida e impressão 3D, o Laboratório do Grupo de Experimentos em Artefatos 3D, com isso, pretendemos montar um grupo de pesquisa para atender aos produtores artesanais na construção de moldes e gabaritos, além de buscar parcerias para realizações de oficinas para criação e melhorias dos produtos.

Podemos afirmar que conseguimos crescer, como pessoa e como profissional, a partir das experiências e contatos com mulheres e homens responsáveis em produzir artefatos impregnados de beleza, criatividade, sabedoria, prazer, simplicidade, cores, texturas, cheiros, tempo, tradição, assim como vemos acender a tecitura de uma peça

rendada que vai ponto a ponto sendo desenhada e transformada em produto artesanal cheio de simbologia e de trabalho.

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. *O engenho anti-moderno- A invenção do Nordeste e outras artes*. Tese de Doutorado. Campinas, 1994.
- \_\_\_\_\_. *Nordestino uma invenção do falo- uma história do gênero masculino*. Maceió-Edições Catavento, 2003.
- ALMEIDA, Maria das Graças Andrade Ataíde de. *A construção da verdade autoritária*. São Paulo- Humanitas/FFLCH/USP, 2001.
- 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*. Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design da UFPE, 2015.
- ARTESOL. *Institucional*. <http://artisol.org.br/institucional/>. Disponível em 10 de setembro de 2016.
- AZEVEDO, Lucyana Xavier de. *O design e as políticas de apoio ao artesanato- Um estudo de caso sobre a relação de patrocínio do grupo Teares Alegria pela Caixa Econômica Federal*. Dissertação apresentada no Programa de Pós- Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2012.
- BANCO DO BRASIL. *Programa para Patrocínio pelo Banco do Brasil*. <http://www.bb.com.br/docs/pub/inst/dwn/EditalBB20172018.pdf>. Disponível em 14 de outubro de 2016.
- BARBOSA, Ana Mae e PAREYSON, Luigi. Um diálogo em prol de “re-significações” sobre ensino/aprendizagem de Artes Visuais. “Existência e Arte” - Revista Eletrônica do Grupo PET – Ciências Humanas, Estética e Artes da Universidade Federal de São João Del-Rei – Ano V – Número V – Janeiro a Dezembro de 2010.

- BIENAL BRASILEIRA DE DESIGN. *A bienal*. <http://www.bienalbrasileiradedesign.com.br/bienal> Disponível em 06 de outubro de 2015.
- BORGES, Adélia. Design+Artesanato. O caminho brasileiro. São Paulo- Editora Terceiro Nome, 2011.
- BOISIER, Sérgio. “*El desarrollo territorial a partir de La construcción de capital sinérgico*”. In- Estudios Sociales, n. 99, Santiago de Chile, 1999.
- BONSIEPE, Gui. Design, Cultura e Sociedade. São Paulo- Blücher, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *O capital social – notas provisórias*. In. NOGUEIRA, Maria Alice, CATANI, Afrânio (organizadores). *Escritos de educação*. Petrópolis, RJ- vozes, 1998.
- \_\_\_\_\_. *Razões práticas- sobre a teoria da ação*. Campinas, SP- Papyrus, 1996.
- \_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro- Editora Bertrand Brasil, 2012.
- BÜRDEK, B. E. *História, teoria e prática do design de produto*. São Paulo, SP- Editora Blucher, 2010.
- CAIXA ECONOMICA FEDERAL. *Caixa abre seleção para patrocínio cultural*. <http://www20.caixa.gov.br/Paginas/Releases/Noticia.aspx?releID=200> Disponível em 15 de outubro de 2016.
- CENTRO DE ASSESSORIA E APOIO A TRABALHADORES/AS E INSTITUIÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS ALTERNATIVAS. *Imagens dos produtos*. <http://www.caatinga.org.br/jac/produtos/> disponível em 10 de outubro de 2016.
- CALLOU, Angelo Brás Fernandes. *Extensão rural- polissemia e resistência*. In- Extensão rural- polissemia e memória. Recife- Bagaço, 2007.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Introdução ao estudo das culturas populares*. In- \_\_\_\_\_. *As culturas populares no capitalismo*. Editora brasiliense, 1981.

\_\_\_\_\_. *Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização*. 6ª Edição. Rio de Janeiro- Editora UFRJ, 2006.

\_\_\_\_\_. *A globalização imaginada*. São Paulo- Iluminuras, 2007.

\_\_\_\_\_. *Culturas híbridas*. São Paulo- EDUSP, 2008.

CARDOSO, Rafael. *O design brasileiro antes do design*. São Paulo, Cosac Naify, 2005.

\_\_\_\_\_. *Uma introdução à história do design*. São Paulo- Editora Blucher, 2008.

CARVALHO, Marly Monteiro de, PALADINI, Edson Pacheco (coord.). *Gestão da Qualidade*. Rio de Janeiro- Elsevier- ABEPRO, 2012.

CAVALCANTI, Virginia Pereira; ANDRADE, Ana Maria de; SILVA, Germannya D'Garcia Araújo; CABRAL, Glenda Gomes; BOTELHO, Vinícius. *Metodologia de Design- a conexão sustentável entre as produções artesanal e industrial*. <http://www.oimaginario.com.br/site/wp-content/uploads/39219%20-%20Metodologia%20de%20Design.pdf>. Disponível em 14 de outubro de 2016.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano- 1. Artes de fazer*. Petrópolis- Vozes, 2009.

\_\_\_\_\_. *A invenção do cotidiano- 2. Morar, cozinhar*. Petrópolis- Vozes, 2008.

CHIZZOTTI, Antonio. *Pesquisa em ciências humanas e sociais*. São Paulo- Cortez, 2006.

COLEMAN, James S. *Capital Social y creación de capital humano*. In. HERREROS, Francisco; FRANCISCO, Andrés de (Comps). *Capital Social*. Zona Abierta, 2001.

DESEJA.CA . *Deseja.ca\_ desenvolvimento sustentável e empreendedorismo social no jardim canadá*. [http://www.arq.ufmg.br/acr/index.php/extensao/programas/deseja-ca\\_desenvolvimento-sustentavel-e-empreendedorismo-social-no-jardim-canada/](http://www.arq.ufmg.br/acr/index.php/extensao/programas/deseja-ca_desenvolvimento-sustentavel-e-empreendedorismo-social-no-jardim-canada/). Disponível em 16 de outubro de 2016.

DE MORAES, Dijon. *Metaprojeto- o design do design*. São Paulo- Blucher, 2010.

DESOL. *Desol recebe artesãos*. <http://www.univille.edu.br/site/universouniville/noticias/designsocial/496543>  
Disponível em 14 de outubro de 2016.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - SECRETARIA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS. *PORTARIA No- 29*. ISSN 1677-7042- Diário Oficial da União, n. 192, DE 5 DE OUTUBRO DE 2010.

\_\_\_\_\_. *PORTARIA No- 8*. ISSN 1677-7042- Diário Oficial da União, n. 192, DE 15 DE MARÇO DE 2012.

DROSTE, Magdalena. *Bauhaus archiv- 1919 – 1933*. Berlin- Taschen, 2006.

FREYRE, Gilberto. *Modos de homem e modas de mulher*. Rio de Janeiro- Record, 1997.

FREIRE, Paulo - *Extensão ou Comunicação?* Rio de Janeiro/RJ. 8ª Edição. Paz e Terra. 1983.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira. *Design e artesanato- uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto*. São Paulo- Blucher Acadêmico, 2011.

FONSECA, J. J. S. *Metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza- UEC, 2002.

ICONOGRAFIAS DO MARANHÃO. *Identidade é valor- as cadeias produtivas do artesanato de Alcântara*. <http://iconografiasma.blogspot.com.br/>. Disponível em 16 de outubro de 2016.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Informações sobre o setor de serviços no Brasil*. <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna>. Disponível em 07 de janeiro de 2013.

\_\_\_\_\_. *Pesquisa Anual de Serviços*. <http://biblioteca.ibge.gov.br/> Disponível em 07 de janeiro de 2016.

JAPIASSÚ, Hilton e MARCONDES, Danilo. *DICIONÁRIO BÁSICO DE FILOSOFIA*. Rio de Janeiro- Jorge Zahar Editor, 2001.

JESUS, Paulo de. *Desenvolvimento local*. In- CATTAN Antonio David i (Org.) *A Outra Economia*, Porto Alegre, Veraz Editores, 2003.

\_\_\_\_\_. *Sobre Desenvolvimento Local e Sustentabilidade – algumas considerações conceituais e suas implicações em projetos de pesquisa*. In- PEDROSA, Ivo; MACIEL FILHO, Adalberto; ASSUNÇÃO, Luis Márcio (orgs.) *Gestão de desenvolvimento local sustentável*. Recife- EDUPE, 2007.

JUSTO, Juliana Loss. *Projeto Mulheres da Palha- um olhar através da ecologia dos saberes* (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável – PRODER. Juazeiro do Norte, 2014.

LABSOL. *Laboratório de Design Solidário – Labsol* <http://www.faac.unesp.br/#!/departamentos/design/projetos-de-extensao/labsol/>. Disponível em 16 de outubro de 2016.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura- um conceito antropológico*. Rio de Janeiro- Jorge Zahar Ed., 2001.

LAURENTINO, Auta L. *A rede construída por nós- extensão rural, novas ruralidades e cotidiano em Barra do Riachão, Pernambuco*. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEX), da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), 2011.

LAVILLE, C. e DIONNE, Jean. *A construção do Saber- Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre- Artmed, 1999.

LINTON, Ralph. *O indivíduo, a cultura e a sociedade*. 1936.

MANZINI, Ezio. *Design para a inovação social e sustentabilidade- comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais*. Rio de Janeiro- E-papers, 2008.

MARTINS, Flávia. *Nova fase da lua- escultores populares de Pernambuco*. Flávia Martins, Rogério Luz, Pedro Belchior; fotografia de Francisco Moreira da Costa. 2.ed. – Recife- Caleidoscópio, 2013.

MASCÊNE, Durcelice Cândida. *Termo de referência- atuação do Sistema SEBRAE no artesanato* / Durcelice Cândida Mascêne, Mauricio Tedeschi. -- Brasília - SEBRAE, 2010.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento- pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo - Rio de Janeiro- HUCITEC – ABRASCO, 1996.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Feira Nacional de Artesanato vai até 11 de julho em Olinda (2010).

<https://www.brasil.gov.br/cultura/2010/07/feira-nacional-de-artesanato> Disponível em 5 de julho de 2015.

\_\_\_\_\_. *Contas Nacionais Trimestrais do IBGE* . <http://www.mdic.gov.br/sitio/interna> Disponível em 07 de janeiro de 2013.

\_\_\_\_\_. Secretaria de Comércio e Serviços (2010). *Diário Oficial da União, portaria nº 29 - informações e conceituações sobre o artesanato brasileiro*. <http://portal.imprensanacional.gov.br/> Disponível em 06 de setembro de 2016.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. *Dados sobre Produto Interno Bruto – PIB - brasileiro* (MTE, 2006). <http://www.mte.gov.br/noticias/conteudo/10689.asp>. Disponível em 11 de março de 2010.

MINUZZI, R. F. B.; PEREIRA, A. T. C. ; MERINO, E. A. D. . *Teoria e prática na gestão do design*. In- II Congresso Internacional de Pesquisa em Design, 2003, Rio de Janeiro. Anais do 2o. Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro- ANPED, 2003.

MOZOTA, Brigitte Borja de. *Gestão do Design. Usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa*. Porto Alegre- Bookman, 2011.

OLIVEIRA, Rosiska Darcy de. *Reengenharia do tempo*. Rio de Janeiro- Rocco, 2003.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo- Brasiliense, 2003.

PERNAMBUCO GOVERNO DO ESTADO. *Municípios e população de Pernambuco*. <http://www.pe.gov.br/conheca/populacao/> Disponível em 24 de agosto de 2015.

PETROBRÁS. *Seleções públicas*. <http://www.petrobras.com.br/pt/sociedade-e-meio-ambiente/selecoes-publicas/>. Disponível em 14 de outubro de 2016.

PIMENTA, Selma Garrido; GHEDIN, Evandro e FRANCO, Maria Amélia Santoro. *Pesquisa em educação- alternativas investigativas com objetos complexos*. São Paulo- Loyola, 2006.

PROGRAMA MINAS RAÍZES. *Minas raízes*. <http://programaminasraizes.blogspot.com.br/p/ed.html>. Disponível em 16 de outubro de 2016.

PROJETO ECOSOL. *Valorização da produção artesanal Joinvilense*. <https://projetoecosol.wordpress.com/>. Disponível em 14 de outubro de 2016.

PROMOART. <http://www.promoart.art.br/>. *Sobre o Promoart*. Disponível em 14 de outubro de 2016.

PORTAL DA INDUSTRIA. Confederação Nacional da Indústria – CNI. Perfil das indústrias nos estados. <http://www.portaldaindustria.com.br/cni/> Disponível em 25 de agosto de 2016.

PUTNAM, Robert D. *La comunidad próspera. El capital social y la vida pública*. In- HERREROS, Francisco; FRANCISCO, Andrés de (Comps). *Capital Social. Zona Abierta*, 2001.

REIS, Ana Carla Fonseca e MARCO, Kátia de (organizadoras). *Economia da cultura- ideias e vivências*. Rio de Janeiro - Publit, 2009.

RENA, N. S. A. (Org.) Territórios aglomerados. 1. ed. Belo Horizonte- Universidade FUMEC, 2010. v. 1000 e também no Prêmio Top Educacional Mário Palmerio 2010/ Cecília Eugenia Rocha Horta (Org.). Brasília- ABMES, 2001. 82 p.; 21 cm – (Cadernos ABMES- 21).

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social- métodos e técnicas*. São Paulo- Atlas, 1999.

ROCHA WATT, Dionea. From Newlyn to Rocinha- craft as a medium for social change. Design History Society Annual Conference. Design Activism and Social Change. Barcelona, September, 2011.

SANTAELLA, Lúcia. Culturas e Artes do Pós-Humano. *Da cultura das mídias à cibercultura*. Paulus. São Paulo, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. *A Globalização e as Ciências Sociais*. São Paulo- Cortez, 2011.

SANTOS, Luciano Costa. *Gestão de Serviços- livro didático*; design instrucional Leandro Kingeski Pacheco. Viviane Bastos. – 1. Ed. rev. – Palhoça- UnisulVirtual, 2011.

SANTOS, Maria Cecilia Loschiavo dos. *Móvel Moderno no Brasil*. Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

SECRETARIA ESPECIAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA. Presidência da República. *Programa do Artesanato Brasileiro*. <http://www.smpe.gov.br/assuntos/programa-do-artesanato-brasileiro/> Disponível em 10 setembro de 2015.

SECRETARIA DE PLANEJAMENTO E GESTÃO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. *Diagnóstico Socioeconômico*. Pernambuco, 2007.

SERAFIM, Elisa Feltran. Design e artesanato- análise de modelos de atuação de design junto a grupos de produção artesanal. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Design, 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.

*Pesquisa- O artesão brasileiro*. setembro, 2013. <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/>  
Disponível em 31 de agosto de 2106.

SILVIA, Alice Inês Oliveira e. *Abelhinhas numa diligente colmeia- domesticidade e imaginário feminino na década de cinquenta*. In- *Rebeldia e submissão- estudos sobre condição feminina* / Albertina de Oliveira Costa, Cristina Bruschini (organizadoras). – São Paulo- Vértice, Editora Revista dos Tribunais- Fundação Carlos Chagas, 1989.

SUASSUNA, Ariano. *Iniciação à estética*. Cidade Rio de Janeiro. Editora José Olympio, 2007.

TAUK SANTOS, Maria Salett. *Comunicação Rural – velho objeto, nova abordagem- mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local*. In- LOPES, I.V; FRAU- MEIGS, D; TAUK SANTOS, Maria Salett (Org) *Comunicação e Informação. Identidades e fronteiras*. Intercom. São Paulo/Recife. 2000.

TAUK SANTOS, Maria Salett e CALLOU, Ângelo Brás F. (Org.). *Associativismo e desenvolvimento local*. Recife- Bargaço, 2006.

VASCONCELOS, Eduardo Mourão. *Complexidade e Pesquisa Interdisciplinar*. Petrópolis, Vozes, 2004.

YIN, Roberto K. *Estudo de caso- planejamento e métodos*. Tradução Ana Thorell; revisão técnica Cláudio Damacena. – 4. Ed. – Porto Alegre- Bookman, 2010.

ZACKIEWICZ, Mauro. *Trajetórias e Desafios da Avaliação em Ciência, Tecnologia e Inovação*. Zackiewicz - Campinas, SP- (s,n.), 2005.

## ANEXO



**INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA,  
QUALIDADE E TECNOLOGIA  
SUPERINTENDÊNCIA EM GOIÁS**

**PORTARIA Nº 14, DE 14 DE MARÇO DE 2012**

O SUPERINTENDENTE DA SUPERINTENDÊNCIA DO INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGIA, QUALIDADE E TECNOLOGIA - INMETRO/SURGO, no uso de suas atribuições legais que lhe conferem o Art. 17º do Decreto nº 5.842, de 13 de julho de 2006, combinado com o Art. 1º da Portaria INMETRO nº 181, de 27 de julho de 2006, resolve:

Art. 1º Determinar que sejam procedidas VERIFICAÇÃO PERIÓDICA/2012 dos taxímetros instalados nos veículos de abastecimento da cidade de LUZIANIA/VALPARAISO/NOVO GAMA, municípios de Goiás no período de 20 a 30 de março de 2012.

Art. 2º As verificações Metrologicas os proprietários de táxi ou seus projetos deverão comarçar em Rodovia BR 040 trevo do Posto CAROL, - Luziania -Goiás, no horário de 06 às 17 horas, munidos de seus veículos e respectiva documentação.

Art. 3º Não cumprimentos ao disposto do Art. 1º ou a não justificativa, sujeitam aos infratores as penalidades na forma da lei.

Art. 4º Revogam-se as dissociações contrárias

WILIBALDO DE SOUSA JÚNIOR

**SECRETARIA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS**

**PORTARIA Nº 6, DE 15 DE MARÇO DE 2012**

Dispõe sobre as técnicas de produção artesanal.

O SECRETÁRIO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS DO MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, no uso de atribuição que lhe foi conferida no art. 23 do Anexo 1 ao Decreto nº 6.098, de 04 de fevereiro de 2010, e tendo em vista o disposto no Decreto nº 1.008, de 31 de maio de 1995, e Portaria da Secretaria de Comércio e Serviços nº 29, de 05 de outubro de 2010, resolve:

Art. 1º Ficam estabelecidas como Técnicas de Produção Artesanal as constantes do Anexo 1 desta Portaria, que servirá como base para o cadastramento do Artesão e do Trabalhador Manual no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro - SICAB.

§ 1º A relação das Técnicas de Produção Artesanal de que trata o caput deste artigo passa a integrar a Base Conceitual do Artesanato Brasileiro.

Art. 2º Técnica de Produção Artesanal é o conjunto ordenado de condutas, habilidades e procedimentos, combinado aos meios de produção (máquinas, ferramentas, instalações, fontes de energia e meio de transporte) e materiais, por meio do qual é possível obter um determinado produto. A técnica artesanal conjuga forma e função, requerendo destreza manual no emprego das matérias-primas e no uso de ferramentas, conforme saberes variados e com uso limitado de equipamentos automatizados.

Art. 3º A alteração das técnicas de produção artesanal no Cadastro do Artesão deverá ser solicitada ao Programa do Artesanato Brasileiro, por meio da unidade estadual responsável pelo artesanato, com a devida justificativa, definição de técnica e do respectivo processo de produção.

Art. 4º Alterações da técnica de produção artesanal registrada no cadastro do artesão, que sejam necessárias em função da publicação desta Portaria, poderão ser efetuadas a partir da entrada em vigor deste instrumento ou por ocasião da renovação do Cadastro do Artesão.

Art. 5º Cabe à Coordenação Estadual do Artesanato, de que trata o Art. 1º da Portaria nº 118, de 21 de dezembro de 2001, informar sobre o conteúdo da Base Conceitual do Artesanato Brasileiro nos técnicos que realizam a comprovação do domínio dos saberes e técnicas inerentes ao exercício da atividade artesanal, bem como aos responsáveis pela inserção dos dados cadastrais do artesão no SICAB.

Art. 6º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 7º Revoga-se a Portaria SCS nº 26, de 31 de agosto de 2011.

HUMBERTO LUZ RIBEIRO

ANEXO

**TÉCNICAS DE PRODUÇÃO ARTESANAL**

A Técnica de Produção Artesanal consiste num conjunto ordenado de condutas, habilidades e procedimentos, combinado aos meios de produção (máquinas, ferramentas, instalações, fontes de energia e meio de transporte) e materiais, por meio do qual é possível obtê-lo voluntariamente, um determinado produto. A técnica artesanal alia forma e função, requerendo destreza manual no emprego das matérias-primas e no uso de ferramentas, conforme saberes variados e com uso limitado de equipamentos automatizados.

**DESCRIÇÃO DAS TÉCNICAS DE PRODUÇÃO ARTESANAL PARA O CADASTRO NO SISTEMA DE INFORMAÇÕES CADASTRAIS DO ARTESANATO BRASILEIRO - SICAB.**

**1. AMARRADINHOPUXADINHO**  
Consiste em promover o tráfego da tangaruga (ou tou) com raios, sempre no mesmo sentido. Os raios são inseridos na trama e presos com um nó simples, mas firme. Preenche uma trama, pula a seguinte e preenche a outra, seguindo até o fim da carreira. Na carreira seguinte, intercala o amarradinho com o tramo da carreira anterior. O avesso é liso, já a frente do trabalho é cheia e fofa.

**2. ARMARRA DECORATIVA**

A técnica de produzir peças decorativas como panelas e rixelas de dois caros, ambas com munição de espólio. Para o fabrico destas peças importa ressaltar a confecção das "cruças" que são peças de fundição com as que confeccionam os mecanismos de bronze - canos, gatilhos, etc.

**3. ARPILEIRIA**

Técnica de formar figuras da fuma e do fumo, com sobras de tecido, aplicadas em alto relevo, sobre outro tecido.

**4. BEBIDAS DESTILADAS e BEBIDAS FERMENTADAS**

**BAS**  
Consiste em misturar essências, frutas e ervas com álcool diluente, fermentado e destilado para produção de bebidas.

**5. BOLEADO**

Técnica de transformar material plano em forma bolada. O batedor de metal é aquecido no fogo e amaldiçoado e colocado sobre o material. Com o auxílio das mãos entrem-se pequenos sulcos, salientes ou nervuras na matéria-prima, como papel, EVA, fitas vegetais, tecido e material sintético.

**6. BORDADO**

Técnica executada sobre tecido ou outro suporte utilizando agulha, linha e bastão, podendo ser trabalhada com as mãos ou traça em máquinas de pedal ou de motor elétrico.

**6.1. ABERTO**

Ponto de bordado aplicado em orifícios arredondados e previamente demarcados com alfinetes. O arremete é feito com um ponto aberto.

**6.2. APLICACÃO**

Bordado em que o ornato não é executado no trama do próprio tecido e sim aplicação de materiais diversos, desde que tenha 60% do trabalho manual. A aplicação de pedras é considerada aqui.

**6.3. BIDA, NOITE**

Técnica semelhante ao labirinto. Para bordar desfia-se o tecido em 4 partes pontos, estendendo-se a área a ser trabalhada com o auxílio de um bastião ou grade. Utilizam-se agulha e linha para surtir os fios e construir o bordado.

**6.4. CASA DE ABELHA**

Ponto de costura ou dobradura de tecido imitando casa de abelha.

**6.5. CHEIO**

Este ponto implica um matizado básico e compreende o enchimento de linha ou agulha. Pode ser trabalhado da direita para a esquerda ou da esquerda para a direita. O número de fios sobre os quais os pontos são trabalhados depende do efeito desejado.

**6.5.1. CORRENTE DO CADELA**

Ponto decorativo em forma de corrente, muito usado para contornar outros bordados.

**6.5.2. CUCUZ**

Bordado em um ponto imitando pequenas cruzes que permite a contagem de fios e que, quando agrupadas, formam um desenho. Conhecido também como ponto de rã e bordado de fio costado.

**6.5.3. FLE**

Técnica elaborada a partir de uma rede tecida em linhas de algodão, presa por pregos a uma peça de madeira (quadrado ou retângulo), onde são transferidos pontos com agulha de rito. O filé simples restringe-se a uma rede de 60x60 e a rito e o filé bordado utiliza a rede de 60 no mesmo suporte para o bordado.

**6.5.4. HARDANGER**

Bordado executado sobre um tecido de fios iguais, semelhantes ao Rendendê. O Ponto Cheio e o ponto básico e é feito em blocos compostos de um número limpar de pontos. Terminados os blocos cora-se os fios do tecido desfeito, conforme necessário. Os fios soltos do desfeito são cobertos com pontos enrolados ou enrolados para formar barras. Vários pontos de coberturas são executados entre os espaços deixados pelos desfeitos.

**6.5.5. INGLEIS**

Tira de tecido (de algodão, algodão etc.) com os dois lados terminados por listrados e bordados finos ou vazados, geralmente no mesmo tom do tecido.

**6.5.6. MATE**

Tem a forma do Ponto Cheio normalmente usado para criar um desenho considerado grande ou irregular. Usado também para dar o efeito ombreado. Na primeira carreira os pontos são alternadamente longos e curtos e bem indios para seguir o contorno do desenho. Os pontos das carreiras seguintes são arremos visando atingir uma superfície uniforme e lisa.

**6.5.7. PONTO CASEADO OU FESTONÊ**

Bordado formado por pontos de laçada, feito da direita para a esquerda de maneira que fique bem firme ao abrir as casas.

**6.5.8. RENLENDE OU RENLIA DE DEUDO OU RENLENDEPE**

Ponto bordado preferencialmente sobre o linho preso em bastião. Após ser bordado é recortado com tesoura para retirada do centro do bordado ou são passos do tecido que não foram cobertos pela linha. São utilizados pontos cheios e abertos formando desenhos geométricos.

**6.5.9. RETO**

Este ponto é executado sobre pontos individuais espaçados, livres de modo regular e irregular. Algumas vezes os pontos são de tamanho variado. Os pontos são feitos um pouco longos nem muito finos. O ponto pode também ser feito em tecidos de fios iguais.

**6.15. RICHEL EU**

Bordado sobre tecido preso sobre almofada e um panel com o rito que será bordado. Pode ser executado à mão ou à máquina de pedal com o auxílio de bastião. Utiliza-se um ponto básico e outro ponto casado bem próximo um do outro. Depois de pronto é recortado nos contornos desejados.

**6.16. ROCCOCO**

Seqüência de pontos sobre o tecido em torno de uma agulha. A agulha é introduzida tantas vezes quantas desejadas e no mesmo lugar. Com o auxílio de uma agulha de fundo pontado que permita a passagem através da linha enrolada, puxa-se a linha até obter o ponto desejado.

**6.17. RUSSO**

O ponto russo é uma técnica de bordar em alto relevo, feita com uma agulha especial, bastião e tecido.

**6.18. SOMBRA**

Também conhecido por Ponto Arco Duplo o Ponto Sombra é bordado em tecido fino e transparente. Pode ser feito tanto do lado direito quanto do lado avesso, com pequenos pontos sim, alternadamente.

**6.19. VAGONITE**

Bordado em tecido com textura tipo tabuleiro em relevo, ou em tecido elástico, no qual a agulha desliza sob o trama mais proximamente, sem atravessar o seu avesso. Os pontos podem ser realizados da direita para a esquerda ou vice-versa.

**7. CERPINTARIA**

Técnica que consiste em trabalhar a madeira formando peças de arte, utilitárias ou decorativas.

**8. CARTONAGEM**

Técnica que consiste na criação de objetos utilitários e decorativos, confeccionados com papel, papetao e material reciclado (fibras vegetais).

**9. CERÂMICA**

Consiste no processo de queima da matéria-prima. Compreende todos os materiais inorgânicos, não metálicos, obtidos geralmente após tratamento térmico em temperaturas elevadas.

A fiação é uma forma de cerâmica branca, que possui uma massa cerâmica mais rica em caulim do que a porcelana e é associada à argila mais plástica. São massas porosas de coloração branca ou amarelada e possuem a característica de ser mais macia e mais plástica. Sua classificação usual da cerâmica branca baseia-se no teor em peso da água absorvida pelo corpo cerâmico e fatura-se em dois tipos mais porosos, apresentando absorção geralmente superior a 3%. Os produtos de fiação são compostos de massas semelhantes ao grés (matérias-primas menos puras, podendo incluir rochas cerâmicas como granito, pegmatito e filito como fluxantes, de acordo com o tipo de fiação), mas não possuem a mesma dureza, diferentemente da composição do grés, fundente carbonífilos portadores dos materiais calcário e dolomita. As peças de fiação são trabalhadas a temperaturas inferiores a 1250 °C e caracterizam-se pela menor resistência do que no porcelana e o grés. Seus produtos incluem aparelhos de jantar, aparelhos de chá, xícaras e canecas, peças decorativas etc.

Massa cerâmica, cuja composição é semelhante a das rochas. A principal diferença entre essa massa e as rochas é que, enquanto as rochas se formam na natureza, o grés é preparado pelo homem com uma seleção de minerais e uma parte de argila plástica. Em sua composição não entram agulhas, fios, brases ou pontos como na porcelana, o que estabelece uma coloração rósea, levemente avermelhada nas altas temperaturas e acinzentada nas mais altas. A temperatura de queima pode variar entre 1150 e 1300°C. Após a queima se tornam impermeáveis, vitrificadas e opacas (refratárias). Em virtude da sua temperatura de queima o que permite a fabricação de vários tipos de produtos. Estes são em caso particular feitos numa só queima. Também conhecida pelo termo inglês stoneware "barro pedra", o grés é, em última análise, uma porcelana não-translúcida.

**9.3. OLARIA**

A olaria é um tipo de cerâmica utilizada para uso doméstico, sendo os objetos mais utilizados os potes recipientes de transporte e depósito de alimentos e panelas para cozimento de alimentos. A olaria é queimada numa temperatura de 800°C a tipo aberto. Outra forma de queima é a de forno de cerâmica, normalmente feita à lenha. O fabrico da olaria passa pela modelagem à mão ou pela técnica do torno (roda de oleiro). A preparação da pasta (massa) é feita por métodos tradicionais locais que são transmitidos através dos conhecimentos empíricos.

**9.4. OLARIA VIDRADA**

Este é um tipo de vidro feito a partir de minerais e óxidos que uma vez levados a queima, após a sua aplicação nas peças conferem uma aparência de vidro. É uma cobertura vítrea com que as peças são revestidas. Os óxidos utilizados são geralmente de baixa fusão, como, por exemplo, o charbon (função) muito ativo usado em esmaltes de baixa temperatura, extremamente tóxico.

**9.5. PORCELANAS**

A porcelana é composta de caulim, uma terra aluminosa, e de pedras, um sílica. Quando submetida a uma temperatura de 1200 a 1300°C obtém-se uma matéria ainda mais dura, e mais lisa, que possui a mesma ou uma forma vítrea, até se transformar em porcelana, que é sempre translúcida.

**9.6. RAKU**

Técnica cerâmica que envolve terra, ar, fogo e água. Começa-se por modelar uma peça de barro (massa), sendo-a a uma temperatura não muito elevada. Depois, aplica-se o vidro na peça, e leva-se de novo ao forno, a uma temperatura de 100 a 1000 graus. As peças são submetidas a dois resfriamentos e colocadas num ambiente com pouco oxigênio. Se surgir alguma chama é necessário tapar rapidamente o recipiente da serradura e deixar a peça descansar por alguns minutos. O fumo que escapa neste processo é um lençol tóxico, que é viscoso, amarelado e muito tóxico. Na terceira fase de



necessa, a peça é retirada da secadora e rapidamente mergulhada em água. Estes dois passos permitem criar efeitos singulares: craquelês, brilhos e texturas especiais. A porosidade do barro, a quantidade de vidro e a forma como este se aplica, a temperatura do forno, a velocidade do giro e a secadura, a temperatura da peça, o contato maior ou menor da superfície da peça com a secadora, o tempo de imersão em água morna etc. pode alterar a cor e brilho. As zonas da peça onde não foi colocado vidro ficam totalmente pretas, o que permite criar contrastes com o vidro branco, sobretudo quando há craquelê.

#### 9.7 TERRACOTA

A terracota é um material constituído por argila cozida no forno, sem ser vidrada, e é utilizada em cerâmica e construção. O termo também se refere a objetos feitos deste material e a sua cor natural, laranja amarelada. A terracota caracteriza-se pela queima em torno dos 900°C, apresentando baixa resistência mecânica e alta porosidade, necessitando um acabamento com camada vítrea para torná-la impermeável. É uma cerâmica fina similar à argila, mas muito mais limpa e fácil de trabalhar.

#### 10. CESTARIA

Técnica que obriga todos os formas de desenvolver fibras rígidas, lisas e elásticas para a fabricação de cestas ou cestos.

#### 11. CINTELAGEM

Técnica utilizada para criar volumes, relevos e texturas numa chapta metálica formando objetos, também chamada de técnica de repuxado ou repuxo. Utilizam-se ferramentas de precisão, que são os cinzéis (ferro).

#### 12. COMPOSIÇÃO DE IMAGEM

Consiste em criar desenhos utilizando areia colorida e papéis específicos em recipientes transparentes retratando paisagens, natureza morta, pessoas, símbolos, formas geométricas e imagens. A areia é despejada no recipiente transparente, uma por vez, e com o auxílio de pincéis e canetões de madeira vai dando forma ao desenho.

#### 13. CONFECÇÃO DE BONECOS

Técnica que permite formar bonecos (animais, objetos, peças temáticas, personagens) utilizando tecidos e fibras vegetais. As peças costuradas são feitas (ou não) com algodão ou fibra vegetal.

#### 14. COSTURA

Técnica de trabalho manual que consiste em unir duas ou mais partes de um tecido, pano, couro ou outras matérias, utilizando agulha e linha para produzir peças tais como colchas, toalhas, pare-de-prato e outros.

#### 14.1. PATCHWORK (QUILTING OU ACOLCHOAMENTO)

É a técnica que usa retalhos de tecidos costurados e formando desenhos variados. O resultado final do trabalho com patchwork sempre envolve uma sobreposição de três camadas que são o tempo, do retalho são usados por costura e acolchoado com manta acrílica.

#### 14.2. PLINCO

Técnica de trabalhar retalhos de tecido com uma pequena borda em torno do seu círculo enquanto é feito o alívio, depois pica a linha até que as bordas do centro se unam. Pende o fio com um nó e corta a linha, aperta o fivete para que ele assente, fura o preparo são necessários: retalhos, linhas, um molde, agulha e tesoura.

#### 15. CUSTOMIZAÇÃO

Consiste em transformar uma peça de roupa ou acessório, bordado, rebordado, bordado, esgarçando, e reinventando.

#### 16. CROCHÊ

Técnica desenvolvida com o auxílio de agulha especial terminada em gancho e que produz um traçado semelhante ao de uma malha ou de uma renda.

#### 17. CUIDARÉIA TÍPICA

Técnicas de misturar, cozer e assar alimentos típicos que revelam costume do lugar e sobre as pessoas que vivem na região.

#### 18. CURTIMENTO OU CURTUME ARTESANAL

Técnica de curtir pele de animal transformando-as em couro. A técnica deve ser empregada imediatamente após o abate do animal. Caso isso não seja possível, as peles devem ser submetidas com rapidez a um tratamento de imersão em solução saturada de cloreto de sódio até se secar.

#### 19. CUIELARIA

Consiste em criar instrumentos de corte, em ações sequenciais para a confecção de lâminas como espadas, adapas, facas, facões, machados, punhais, machos e todo tipo de utensílios metálicos de corte. A matéria-prima (metal) deveida e moldada com o auxílio de ferramentas para formar o produto desejado. Normalmente utiliza-se madeira para a futura dos cabos.

#### 20. DECALCAGEM OU REVESTIMENTO

A técnica de decalque consiste na fixação de motivos de papel em objetos, como madeira, metal, plástico, vidro ou outro objeto, os quais se aplicam várias camadas de verniz.

#### 20.1 COLAGEM ou PAPIETAGEM

Técnica ou processo de composição que consiste na utilização de recortes ou fragmentos de matéria impressa, papéis, tecidos, superpostos ou colocados lado a lado no suporte artístico.

#### 21. DORADURA

Técnica de dourar papéis, sem o auxílio de tesoura ou cola em formas representativas de animais, objetos, flores etc. É também a técnica de torcer arame para confecção de bijuterias, ou de torcer ferro para a produção de objetos decorativos e utilitários (origami).

#### 22. ENTALHE/ESCULTURA

Processo mimético realizado em material rígido e pesado (madeira ou pedra), cortando ou esculpindo o superfície até se obter a forma desejada.

#### 22.1 LAPIDACÃO

Lapidacão em pedras preciosas, vidros e cristais que servem para o fabrico de joias, jóias e peças utilitárias.

#### 22.2 ESMIRILHAMENTO

Técnica de formar estruturas aderentes e outras peças decorativas usando como ferramenta o emetril.

#### 23. ESQUELETIZAÇÃO

Confere forma de esquelito. A esquelização na folha vegetal é a retirada de toda a fibra vegetal, deixando somente as nervuras da folha, utilizando-se soda cáustica.

#### 24. FIACÃO

Técnica de condar a fita de ovelha e passar numa peça para a feitura do fio.

#### 25. FOLHEAÇÃO/DOURACÃO (Gilding)

Técnica de decoração de superfícies que utiliza uma camada finíssima de ouro ou material com aparência deste metal. O metal transformado em lâminas muito finas (conhecidas como folhas de ouro) é aplicado em objetos como madeira, gesso ou similares.

#### 26. FUNDIÇÃO

Técnica de fundir metais para a preparação de peças artesanais.

#### 26.1 FILIGRANA

Consiste em formar fios de ouro ou de prata, delicadamente entrelaçados e soldados.

#### 26.2 OURIBERARIA

Técnica realizada por meio do processo de derretimento da pepita de ouro - e condensação em um bloco de ouro, até que a mesma fique firme na forma desejada, utilizando-se instrumentos de precisão como moirões (moiragem, modelagem, refinamento).

#### 27. FUNILARIA/LAFOARIA

Respeitamento de matérias para produção manual de filin, canudo, bacia e biquipados.

#### 28. GRAVAÇÃO

A gravação é uma imagem, estampa ou qualquer ilustração impressa. É a arte ou técnica de gravar em o auxílio de roletes pré-definidos.

#### 28.1 LITOGRAFIA

Processo de gravura em placa, executada sobre pedra calcária (chamada pedra litográfica).

#### 28.2 PIROGRAFIA

Técnica de gravar desenhos a fogo, sobre couro, madeira, e outros materiais - com o emprego de um pirógrafo (aparelho elétrico para gravação através do calor ou ferro em brasa, formando paisagens variadas, bridas e não livre em totalidades que variam de centímetros até ao metro).

#### 28.3 XILOGRAFIA

Arte e técnica de fazer gravuras em relevo. Tradicionalmente feitas sobre casca de casta e inturada de oleiro, utilizando-se como principais instrumentos de trabalho um pequeno martel (feito com base de madeira), canivete, pregos e agulhas para fazer os clichês. Para reprodução, usase um rolo com tinta gráfica sobre a matriz para impressões em papel, tecido, madeira, terracota, etc. que retratam temas característicos da região, temas populares e festividades locais, sobre peça não artesanal, a técnica deve representar acima de 80% do valor da produção.

#### 28.4 GRAVAÇÃO EM VIDRO

É a técnica de fazer desenhos no vidro.

#### 28.5 SERIGRAFIA OU SILK SCREEN

Técnica de impressão na qual a tinta é vazada, pela pressão de um rolo, através de uma tela preparada, normalmente de seda ou náilon. A tela é esticada em um bastidor de madeira ou aço, não se considera serigrafia quando a arte é feita com o auxílio de equipamentos de informática.

#### 29. INFUSÃO

Preparo de produtos artesanais como sabonetes, utilizando-se essências, óleos de cereais, sal marinho, sulfato de magnésio e glicerina, que são manipulados e colocados em formas de diversos modelos e tamanhos, e submetidos à secagem.

#### 30. JARJAMENTO

Técnica de jatear areia em vidro para tornar fosca a figura artesanal e o vidro liso ou o contrário.

#### 31. LUTERIA OU LUTERARIA

Técnica de fazer ou restaurar instrumentos musicais de corda com caixa de ressonância.

#### 32. MAMUCABA

A técnica consiste em transformar um tecido plano ou fibras vegetais em fios e trançá-los, dando a base para a sustentação de panos de rede.

#### 33. MARCENARIA

Técnica de trabalhar a madeira formando peças de mobiliário, brinquedos e objetos de decoração.

#### 34. MARCINETARIA

Técnica de inserir, embutir ou aplicar peças recortadas de madeira, marfim, tartaruga, metais, formando desenhos variados. As peças produzidas são chamadas de marquete, obra de encaixados, ou peças de madeira a que se aplicam diferentes pedacos de madeiras preciosas, marfim, náuphoro etc.

#### 35. MATELASSÉ

A técnica consiste em juntar três camadas de tecido e prender com costura formando uma estrutura acolchoada.

#### 36. MODELAGEM

Técnica de moldar com as mãos matéria maleável, como a cera, gesso e argila, massas sintéticas, resinas, parafina, papel machê ou outro material semelhante para formar peças inéditas sem o auxílio de formas ou similares, também a modelagem é feita em ferro. No caso da argila a modelagem poderá ocorrer também por meio de torno.

#### 37. MONTAGEM

Técnica de juntar várias peças artesanais formando uma única cuja produção resulte em peça com apelo cultural.

#### 38. MOSAICO

Técnica de constituir um desenho, uma disposição de pequenos cubos ou placas de pedra, mármore, barro cozido ou vidro colorido sobre uma base, firmados em uma capa de argamassa, cimento e gesso. Estas placas são separadas uma das outras por pequenos pedacos descoloridos juntos. O mosaico constitui-se em um quadrado feito de pedacinhos de papel, vidro colorido, cerâmica e pedrinhas.

#### 39. HINTURA

Consiste em pintar à mão sobre superfícies lisas. Engloba diversas outras técnicas, como por exemplo:

#### 39.1 AEROGRAFIA

Técnica de pintar ou esmear utilizando-se aerógrafo que é um instrumento de ar comprimido com que se criam desenhos.

#### 39.2 BATIQUE

Estampado à ser e depois pintado à mão, constituindo uma técnica para pintar tecidos ou couros com características bem distintas, no qual o artesão utiliza para criar seu traçado, desenhos diversos, parafina e tinta, sobrepondo camadas dos mesmos, conforme as cores e motivos que deseja.

#### 39.3 ESTAMPARIA

Formando-se por base o tecido, são criadas sobre o mesmo, estampas variadas, com a utilização de tintas descoloridas, formas, pincéis, esboços, rolos, seringas, e o uso de imaginação do estampador desajir.

#### 39.4 MARMORIZAÇÃO

Pintura que imita o desenho de mármore.

#### 39.5 PÁTEIA

Técnica de colorir artificialmente certos objetos dando-lhes a aparência de envelhecimento.

#### 39.6 PESSANKAS

A técnica consiste na pintura de ovo cru ou esvaziado, ou ovo de madeira. São utilizados pigmentos naturais, como casca de cebola, casca de manga, cor de abelha; vela, etc. Utilizam-se como ferramentas pincel ou caneta.

#### 39.7 PINTURA EM AZULEJO

Técnica de pintar em azulejo tanto à mão como com o auxílio de uma máquina.

#### 39.8 TINGIDURA

Liberação do contorno em fio de metal de uma figura ou objeto para coloração de parede e móveis. Para a reprodução de figuras ou inscrições sob tecido, papel, metal, etc., utiliza-se moldes ou matrizes elaboradas pelo próprio artista. Não podem ser consideradas figuras surrealistas, abstratas e cubistas.

#### 40. FORTIFICAÇÃO DE DOCE

Técnica de preparo de doces a partir de produtos naturais, sem aditivos químicos.

#### 41. RECICLAGEM

É um conjunto de técnicas que tem por finalidade o reaproveitamento de materiais como matéria-prima para um novo produto.

#### 41.1 PAPEL RECICLADO

Técnica em que se utilizam fibras vegetais e papel industrializado comum reciclado, que são entrelaçados resultando em papel semelhante ao original.

#### 42. BENDA

Arte de produzir malha

#### 42.1 BILRO

Técnica de produzir renda utilizando-se linhas de algodão presas por alfinetes a uma almofada redonda e dura que são lançadas pela trena de posição dos bilros, (pedaços de madeira ou espinhos de mandacara aos quais as linhas ficam amarradas).

#### 42.2 FRIVOLITÉ

Consiste em trabalhar nos de linha de algodão, seda ou cânhamo, utilizando-se luzeles (equipamento usado tradicionalmente). Também confeccionado com agulhas principalmente quando usado o canho como matéria-prima. Usado na confecção de vestuário, cama, toalha, e acessórios.

#### 42.3 GRUPIER

É a técnica de formar uma renda em traçado com fios e linhas de algodão ou poliéster.

#### 42.4 GRAMPADA

Técnica de lavar fios e fitas ao redor de hastes de metal (grampos) com o auxílio de uma agulha de crochê. Conforme a malha vai crescendo, são retiradas dos grampos as primeiras laçadas.

#### 42.5 IRLANDESA

A renda obedecce ao tipo renda de agulha tendo como suporte um laço preso ou disposto ao risco. O desenho é traçado sobre papel montado e fixado em papel grosso. Após a fixação do laço do desenho, diferentes pontos são traçados preenchendo os espaços vazios entre o laço, compondo o tecido da renda com formas semelhantes a animais e vegetais como, por exemplo, pé-de-galinha, espinha de peixe, aranha, casa-de-abelha e tabaco.

#### 42.6 RENASCENÇA

Técnica que utiliza linha, agulha e o laço (espécie de fita) que é costurado por todo o desenho. A seguir são preenchidos os espaços entre os laços, com pontos diversificados.

#### 42.7 MACRAMÉ

Renda presa feita de linha traçada e amarrada. Os fios podem ser colocados no tecido para que se formem sejam tecidos ou, desjir o próprio tecido para fazer a renda. Neste caso a técnica é chamada de Renda, Arxólio ou Bróia.



**42.8. SINGELEZA, RENDA, TURCA OU JAGUAPITÁ**  
A renda lembra uma rede de pescador. A confecção é feita com agulhas totalmente anormais que vão desde o palito de sorvete à agulha de tricô comada ao meio. São utilizados lãpis muito finos, canudos de pirulito, fôrmas retinadas de samorinhas e de "rosas" de bicicleta. A confecção assemelha-se à fabricação das redes de pescadores.

**42.9. LABIRINTO OU CRIVO OU CONTADO**  
Para fazer a renda de labirinto ou crivo ou contado riscar-se o desenho no tecido e em seguida, obedecendo ao desenho, desviar-se com auxílio de agulha, lâmina e tesoura, depois se coloca a peça numa grade de madeira e tece com agulha e linha. A técnica do labirinto permite a confecção de uma diversidade de gravuras, utilizando-se, apenas do cruzado conveniente de fios sobre uma trama têxtil em forma de tela.

**42.10. TENERIFE OU NHANDUTI OU RENDA DO SOL**  
Renda feita utilizando-se agulha grossa, linha e lâmina de vários tamanhos e formas. As lâminas servem de moldes, sendo são colocados pregos sem cabeça para a entrelaçar da linha. Consiste no entrelaçamento de linhas nos pregos repetidas vezes.

**43. SECA/SEM**  
Técnica de entrelaçar os fios e fazer as fibras vegetais antes do montagem.

**44. SELARIA**  
A técnica envolve o tratamento artesanal do couro, modelagem, costura, entalhes, perfuração, limeramento, rebite e outras variações e a fôrma manual de selas.

**45. SERRALHERIA**  
A técnica consiste na transformação de metais em peças artesanais decorativas e utilitárias.

**46. TAPICARIA**  
Técnica que consiste na confecção artesanal de um tecido, geralmente encorpado, formado pelo cruzamento de duas estruturas de fios abelidos e fibras flexíveis, como lã ou algodão. O uso de fios coloridos e de técnicas diversas de entrelaçamento permite que figuras sejam compostas durante o processo de execução.

**47. TECELAGEM**  
Técnica de tecer com fios de algodão em ou outra fibra natural, em teares e ou máquinas movidas à pedal ou manuais. A técnica também poder ser realizada no tear de prego.

**48. TINGIMENTO**  
Consiste na alteração da cor primária de um objeto, colorido e a danosa-se com por injeção em uma ou corante.

**49. TRANCALDO**  
Técnica de entrelaçamento de fibras têxteis e vegetais.

**50. TRICÔ**  
Técnica de entrelaçar o fio (de lã ou outra fibra estávil) por meio de agulhas, de forma organizada, criando-se assim um pano que, por sua característica de textura e elasticidade, é chamado de malha de tricô ou simplesmente tricô.

**51. VIDRAÇO**  
Consiste em dar aspecto de vidro a uma matéria-prima em natura viscosidade de substância transparente de forma a adquirir aparência vítrea.

**52. VITRIFICAÇÃO**  
Consiste em juntar e prender comrijuntes pedças de vidro compondo imagens para a construção de um objeto.

## Ministério do Esporte

### SECRETARIA EXECUTIVA

#### DELIBERAÇÃO Nº 323, DE 15 DE MARÇO DE 2012

Dá publicidade aos projetos desportivos, relacionados nos anexos I e II, aprovados nos reuniões ordinárias em 01/11/2011, 06/12/2011, 07/02/2012 e 06/03/2012 e extraordinárias realizadas em 17/11/2011, 30/12/2011, 25/01/2012.

A COMISSÃO TÉCNICA VINCULADA AO MINISTÉRIO DO ESPORTE, de que trata a Lei nº 11.438 de 29 de dezembro de 2006, instituída pela Portaria nº 172 de 28 de setembro de 2009 e pela Portaria nº 130 de 05 de julho de 2010, considerando:

a) aprovação dos projetos desportivos nas reuniões ordinárias em 06/12/2011, 07/02/2012 e 06/03/2012 e extraordinárias realizadas em 17/11/2011, 30/12/2011, 25/01/2012;

b) a comprovação pelo proponente de projeto desportivo aprovado, das respectivas regularidades fiscais e tributárias nos níveis federal, estadual e municipal, nos termos do parágrafo único do art. 27 do Decreto nº 6.180 de 3 de agosto de 2007 decide:

Art. 1º "omar pública, para os efeitos da Lei nº 11.438 de 2006 e do Decreto nº 6.180 de 2007, a aprovação dos projetos desportivos relacionados no anexo I

Art. 2º "autorizar a contratação de recursos, nos termos e prazos expressos, mediante doações ou patrocínios, para os projetos desportivos relacionados no anexo I.

Art. 3º "frustrar o prazo de captação de recursos do projeto esportivo, para o qual o proponente ficou autorizado a captar recurso, mediante doações e patrocínios, conforme anexo II.

Art. 4º "Esta deliberação entra em vigor na data de sua publicação.

RICARDO CAPELLI  
Presidente da Comissão

#### ANEXO I

- 1 - Processo: 58701.002493/2011-66  
Proponente: Associação Civil Iniciativa O Caminho de Abraão  
Título: IV Friejinhô, Doz Corridos da Amizade  
Registro: 128P003012010  
Manifestação Desportiva: Desporto de Rendimento  
CNPJ: 09.153.525/0001-31  
Cidade: São Paulo UF: SP  
Valor aprovado para captação: R\$ 424.398,05  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 2807 DV: X Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 40994-7  
Período de Captação: da data de publicação até 30/05/20 2.  
2 - Processo: 58701.001390/2011-59  
Proponente: Federação Catarinense de Atletismo  
Título: Runo ao Pólo  
Registro: 128C068252007  
Manifestação Desportiva: Desporto de rendimento  
CNPJ: 75.788.699/0001-00  
Cidade: Florianópolis UF: SC  
Valor aprovado para captação: R\$ 215.902,70  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 3272 DV: 7 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 17946-1  
Período de Captação: da data de publicação até 30/12/20 2.  
3 - Processo: 58701.001391/2011-23  
Proponente: Federação Catarinense de Atletismo  
Título: Escolas do Atletismo  
Registro: 128C068252007  
Manifestação Desportiva: Desporto Educacional  
CNPJ: 75.788.699/0001-00  
Cidade: Florianópolis UF: SC  
Valor aprovado para captação: R\$ 2.507.907,66  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 3272 DV: 7 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 17944 5  
Período de Captação: da data de publicação até 30/12/20 2.  
4 - Processo: 58701.001503/2011-46  
Proponente: Associação Social e Esportiva SADA  
Título: Formação de Atletas "Olímpico Masculino"  
Registro: 128M084772011  
Manifestação Desportiva: Desporto de Rendimento  
CNPJ: 09.396.234/0001-82  
Cidade: Bento UF: MG  
Valor aprovado para captação: R\$ 895.961,15  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 3308 DV: 1 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 6111-5  
Período de Captação: da data de publicação até 06/17/20 2  
5 - Processo: 58701.001855/2011-00  
Proponente: Prefeitura Municipal de Vitor Redonda  
Título: Me Leva Rio  
Registro: 128R01132007  
Manifestação Desportiva: Desporto de Rendimento  
CNPJ: 32.112.501/0001-58  
Cidade: Vitor Redonda UF: RJ  
Valor aprovado para captação: R\$ 3.556.085,95  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 0262 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 71144-0  
Período de Captação: da data de publicação até 31/12/20 2.  
6 - Processo: 58701.001658/2011-82  
Proponente: Federação Paulista de Atletismo  
Título: Circuito da Família II  
Registro: 128P0041 2007  
Manifestação Desportiva: Desporto de Participação  
CNPJ: 62.394.805/0001-94  
Cidade: São Paulo UF: SP  
Valor aprovado para captação: R\$ 345.184,14  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 6818 DV: 0 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 62-9-1  
Período de Captação: da data de publicação até 15/05/20 2.  
7 - Processo: 58701.001751/2011-97  
Proponente: Federação Paulista de Atletismo  
Título: Circuito da Família III  
Registro: 128P0041 2007  
Manifestação Desportiva: Desporto de Participação  
CNPJ: 62.394.805/0001-94  
Cidade: São Paulo UF: SP  
Valor aprovado para captação: R\$ 345.184,14  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 6816 DV: 0 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 62-0-5  
Período de Captação: da data de publicação até 20/07/20 2.  
8 - Processo: 58701.001751/2011-97  
Proponente: Federação Paulista de Atletismo  
Título: Circuito da Família I  
Registro: 128P0041 2007  
Manifestação Desportiva: Desporto de Participação  
CNPJ: 62.394.805/0001-94  
Cidade: São Paulo UF: SP  
Valor aprovado para captação: R\$ 345.184,14  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 6818 DV: 0 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 62-1-3  
Período de Captação: da data de publicação até 30/04/20 2.  
9 - Processo: 58701.000440/2011-11  
Proponente: Federação Paranaense de Ginástica  
Título: Da Iniciação ao Alto Rendimento  
Registro: 128PR0322009  
Manifestação Desportiva: Desporto de Rendimento  
CNPJ: 00.417.081/0001-20  
Cidade: Curitiba UF: PR  
Valor aprovado para captação: R\$ 1.412.048,85  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 2823 DV: 1 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 38.32-5

Período de Captação: da data de publicação até 06/03/2013.  
10 - Processo: 58701.001502/2011-08  
Proponente: Associação Mims-Kan Karatê-Do  
Título: Transformando Vidas através do Esporte  
Registro: 128M022252008  
Manifestação Desportiva: Desporto Educacional  
CNPJ: 08.476.411/0000-60  
Cidade: Pouso Alegre UF: MG  
Valor aprovado para captação: R\$ 673.690,80  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº 0368 DV: 9 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 62094-5  
Período de Captação: da data de publicação até 31/12/2012.

#### ANEXO II

- 1 - Processo: 58701.002310/2010-21  
Proponente: Prefeitura Municipal de Alvorada  
Título: Programa Alvorada - Cidade Ativa  
Valor aprovado para captação: R\$ 135.913,91  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 1-30 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 80969-1  
Período de Captação: da data de publicação até 30/09/2012.  
2 - Processo: 58701.004463/2010-11  
Proponente: Associação Fiel de Canoagem de Casavel  
Título: Remado para 3 Futuro  
Valor aprovado para captação: R\$ 455.082,84  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 3-89 DV: 1 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 26925-5  
Período de Captação: da data de publicação até 01/03/2013.  
3 - Processo: 58701.01866/2011-81  
Proponente: associação dos Amigos do Futebol  
Título: Centro de Formação de Atletas de Alto Rendimento de Futsal  
Valor aprovado para captação: R\$ 1.478.569,58  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 4-95 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 10493-3  
Período de Captação: da data de publicação até 15/12/2012.  
4 - Processo: 58701.004642/2010-41  
Proponente: Centro Integrado de Assistência Gerador de Movimento para Cidadania  
Título: Olí de Cidadania  
Valor aprovado para captação: R\$ 539.390,74  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 032 DV: 2 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 92062-2  
Período de Captação: da data de publicação até 30/04/2012.  
5 - Processo: 58701.001476/2008-94  
Proponente: Associação Atlética Cristal  
Título: CEFA - Centro Educacional do Futebol Alternativo  
Valor aprovado para captação: R\$ 889.188,40  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 3584 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 29423-6  
Período de Captação: da data de publicação até 31/12/2012  
6 - Processo: 58701.002051/2008-03  
Proponente: Instituto Jackie Silva  
Título: Projeto Estadual Vôlei de Praia 4x4  
Valor aprovado para captação: R\$ 766.552,50  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 0-98 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 26446-7  
Período de Captação: da data de publicação até 31/11/2012  
7 - Processo: 58701.002805/2011-31  
Proponente: Associação Lutra de Desenvolvimento Esportivo, Cultural e Ambiental  
Título: Campeonato Internacional Juvenil de Tênis de Porte Alegre 2011  
Valor aprovado para captação: R\$ 863.269,50  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 1251 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 35416-3  
Período de Captação: da data de publicação até 28/02/2013  
8 - Processo: 58701.001594/2008-93  
Proponente: Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense  
Título: Núcleo de Excelência Esportiva  
Valor aprovado para captação: R\$ 2.737.773,54  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 3-18 DV: 3 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 5475-5  
Período de Captação: da data de publicação até 31/12/2012  
9 - Processo: 58701.004191/2010-41  
Proponente: João Clube Mogi das Cruzes Desafio Olímpico  
Título: João Clube Mogi das Cruzes Desafio Olímpico  
Valor aprovado para captação: R\$ 659.511,02  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 0-94 DV: 1 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 81184-X  
Período de Captação: da data de publicação até 31/12/2012  
10 - Processo: 58701.004242/2100-35  
Proponente: Federação Paulista de Atletismo  
Título: Circuito Nacional de Corrida de São José  
Valor aprovado para captação: R\$ 1.154.748,40  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 1335 DV: 0 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 21084-6  
Período de Captação: da data de publicação até 31/01/2013  
11 - Processo: 58701.001664/2011-30  
Proponente: Confederação Brasileira de Judo  
Título: Patrocínio Eventos Internacionais I / 2012  
Valor aprovado para captação: R\$ 1.995.692,97  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 2665 DV: 7 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 22756-3  
Período de Captação: da data de publicação até 10/10/2012  
12 - Processo: 58701.001665/2011-64  
Proponente: Confederação Brasileira de Judo  
Título: Campeonato Regional Base Regional, Fase Final e Troféu Brasil Interclubes - 2012  
Valor aprovado para captação: R\$ 1.973.611,69  
Dados Bancários: Banco do Brasil Agência nº: 2665 DV: 7 Conta Corrente (Bloqueada) Vinculada nº 22734-6  
Período de Captação: da data de publicação até 10/10/2012



## Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

### SECRETARIA DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

PORTARIA Nº 29, DE 5 DE OUTUBRO DE 2010

O SECRETÁRIO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS DO MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, no uso da atribuição que lhes foram conferidas no art. 23 do Anexo I do Decreto nº 7.096, de 4 de fevereiro de 2010, e tendo em vista o disposto no Decreto nº 1.508, de 31 de maio de 1995, resolve:

Art. 1º *União pública* a base conceitual do artesanato brasileiro, na forma do Anexo, para padronizar e estabelecer os parâmetros de atuação do Programa de Artesanato Brasileiro - PAE em todo o território nacional.

Parágrafo único: A base conceitual de que trata o caput tem por finalidade subsidiar o Sistema de Informações Cadastro do Artesanato Brasileiro - SICAB, desenvolvido pelo Programa do Artesanato Brasileiro, deste Ministério, em parceria com as Coordenações Estaduais do Artesanato.

Art. 2º A base conceitual, bem como as informações gerais pelo SICAB, contribuirão para a definição de políticas públicas e o planejamento de ações de fomento para o setor artesanal.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

EDSON LUPATINI JUNIOR

ANEXO

#### BASE CONCEITUAL DO ARTESANATO BRASILEIRO CAPÍTULO I DA FINALIDADE

Art. 1º A conceitualização constante neste documento foi formulada para subsidiar o Sistema de Informações Cadastro do Artesanato Brasileiro - SICAB, desenvolvido pelo Programa do Artesanato Brasileiro do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - PAB/MDIC, com o objetivo de coletar informações sobre o setor artesanal, e viabilizar o cadastro nacional integrado dos artesãos.

§ 1º Os conceitos, bem como as informações geradas pelo SICAB, contribuirão para a definição de políticas públicas e o planejamento de ações de fomento para o setor.

§ 2º Este é um trabalho realizado pelo MDIC em parceria com as Coordenações Estaduais do Artesanato, iniciado em 2006, no intuito de definir uma base conceitual que padronize e estabeleça parâmetros de atuação do Programa do Artesanato Brasileiro em todo o território nacional. Além das formulações elaboradas nas reuniões com os coordenadores estaduais, a equipe da Coordenação-Geral do Programa do Artesanato Brasileiro compilou as contribuições encaminhadas pelos Estados, com vistas à complementação dos conceitos utilizados no Sistema.

§ 3º Novos termos estão sendo identificados nos processos de coleta de dados dos artesãos para cadastramento no SICAB, sendo formulados os conceitos para inclusão neste glossário.

§ 4º A presente conceitualização está organizada em unidades, em conformidade com as tabelas de apoio do SICAB.

#### CAPÍTULO II DOS CONCEITOS BÁSICOS DO ARTESANATO

Art. 2º **ARTESÃO** - É o trabalhador que de forma individual executa um ofício manual, transformando a matéria-prima bruta na manufatura em produto acabado. Tem o domínio técnico sobre matérias, ferramentas e processos e produz artesanal na sua especificidade, criando ou produzindo trabalhos que tenham dimensão cultural utilizando técnicas predominantemente manual, podendo contar com o auxílio de equipamentos, desde que não sejam automáticos ou duplicadores de peças.

§ 1º Não é ARTESÃO aquele que:

I - Trabalha em forma industrial, sem o predomínio da máquina e da divisão do trabalho, do trabalho assalariado e da produção em série industrial;

II - Somente realiza um trabalho manual, sem transformação da matéria-prima fundacionalmente com discernimento, sua qualidade na produção e no acabamento;

III - Realiza somente uma parte do processo da produção, desconsiderando o restante;

Art. 3º **MESTRE ARTESÃO** - Indivíduo que se notabilizou em seu ofício, legitimado pela comunidade que representa e reconhecido pela academia, destacando-se através do repasse de conhecimentos fundamentados da sua atividade para novas gerações.

Art. 4º **ARTESANATO** - Artesanato compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predomínio manual por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliado criatividade, habilidade e valor cultural (possui valor simbólico e dimensão cultural), podendo no processo de sua atividade recorrer ao auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios.

§ 1º Não é ARTESANATO

I - Trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas;

II - Lapidação de pedras preciosas;

III - Fabricação de sabonetes, perfumarias e sais de banho, com exceção daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flor nacional.

IV - Habilidades aprendidas através de revistas, livros, programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural.

§ 2º No Artesanato, mesmo que as obras sejam criadas com instrumentos e máquinas, a destreza manual do homem é que dará ao objeto uma característica plástica e criativa, refletindo a personalidade do artesão e a relação deste, com o contexto sociocultural do qual emerge.

Art. 5º **ARTE POPULAR** - Conjunto de atividades plásticas, musicais, plásticas, dentre outras expressivas que configuram o modo de ser e de viver de povo de um lugar. A arte popular diferencia-se do artesanato a partir do propósito de ambas as atividades. Enquanto o artista popular tem profundo compromisso com a originalidade, com o artefato essa é uma situação meramente eventual. O artista necessita continuar a trabalhar sem como o faz o artesão, mas está livre da ação repetitiva frente a um modelo ou protótipo escolhido, partindo sempre para fazer algo que seja de sua própria criação. Já o artesão quando enfrenta e cria um modelo que o satisfaz quanto à solução e forma, inicia um processo de reprodução a partir da matriz original, obedecendo a um padrão de trabalho que é a afirmação de sua capacidade de expressão. A obra de arte é peça única, que pode, em algumas situações, ser tomada como referência e ser reproduzida como artesanato.

§ 1º Características do Artista e da Arte Popular

- I - Pertence ao povo;
- II - Revela a identidade cultural regional;
- III - Personaliza a peça;
- IV - Produz obras assinadas;
- V - Busca a realidade;
- VI - Traduz o belo;
- VII - Sozinho realiza a peça;
- VIII - Apresenta elementos estéticos;
- IX - Possui maior valor econômico que as peças artesanais;
- X - Expressa emoção do momento da criação;
- XI - Revela expansão cultural de um povo;
- XII - Possui um espaço determinado nas galerias, exposições e eventos;
- XIII - É auxiliado pelo foteleiro e pela fotografo;
- XIV - É feita por qualquer pessoa, independente do seu nível econômico ou social; e
- XV - Recusa um olhar diferente para ser entendida.

Art. 6º **TRABALHOS MANUAIS** - Apesar de exigir destreza e habilidade, a matéria-prima não passa por transformação. Em geral são utilizados moldes pré-definidos e materiais industrializados. As técnicas são aprendidas nos cursos rápidos oferecidos por entidades assistenciais ou fabricadas de tijolos, tijos e tijolos.

§ 1º Normalmente é uma ocupação secundária, realizada no intervalo das tarefas domésticas ou como passatempo. Em alguns casos, configura-se como produção terceirizada de grandes quantidades de peças acabadas que utilizam aplicações de resinas e bordados como elemento de diferenciação comercial. São produtos sem identidade cultural e de baixo valor agregado.

§ 2º Características dos Trabalhos Manuais:

I - Segue moldes e padrões pré-definidos ditados por matrizes comercializadas e publicações dedicadas exclusivamente a trabalhos manuais;

II - Apresenta uma produção assistemática e não prescinde de um processo criativo e crítico;

III - Utiliza matérias e técnicas de domínio público;

IV - Produtos baseados em cópias, sem valor cultural que identifique sua região de origem ou o artesão que o produziu;

V - Normalmente utiliza matéria-prima industrializada ou semi-industrializada; e

VI - Recebe influência global.

Art. 7º **PRODUTOS TÍPICOS** - Considera-se produto, o objeto resultante da atividade ou de trabalho manual, respeitando os conceitos referenciados no início deste documento.

§ 1º São produzidos a partir de matéria-prima regional e em pequena escala. Compreendem: alimentos processados por métodos tradicionais; artigos de perfumaria; artesanatos e ornamentos. Utilizam embalagens, rótulos e etiquetas artesanais. Devem revelar identidade cultural e observar a legislação vigente que regulamenta a comercialização.

§ 2º Produtos semi-industriais. Tendem realizar uma operação similar aos produtos artesanais, são produzidos em pequenas fábricas. A característica predominante é o baixo custo de produção, ou venda, e saturação do mercado. Normalmente são lembranças, recordações de viagens ou souvenirs destinados aos turistas.

#### CAPÍTULO III DAS FORMAS DE ORGANIZAÇÃO DO ARTESANATO-ARTESÃO

Art. 8º **Núcleo de Artesão** - É um agrupamento de artesão, com pontos integrados, organizado formalmente ou não, com objetivo comum de desenvolver e aprimorar temas pertinentes ao artesanato. São atividades do núcleo, entre outras: o manejo, a produção, a divulgação e comercialização o ensino.

§ 1º O Núcleo de Artesão pode ser classificado em:

I - Grupos de produção artesanal - organização informal de artesãos atuando no mesmo segmento artesanal (até duas tipologias);

II - Núcleo de produção familiar - A força de trabalho é constituída por membros de uma mesma família, alguns com dedicação integral e outros com dedicação parcial ou esporádica, podendo ser familiar ou informal; e

III - Núcleos mistos - artesãos que trabalham com diferentes matérias-primas e técnicas de produção que se unem formalmente ou informalmente, para integrar os processos de desenvolvimento de produtos, buscar benefícios comuns e estabelecer estratégias conjuntas de promoção e comercialização.

Art. 9º Associação - instituição de direito privado, sem fins lucrativos, constituída com o objetivo de defender e zelar pelos interesses de seus associados. Regida por estatuto social, com uma diretoria eleita em assembleia para períodos regulares. A quantidade de sócios é limitada.

Art. 10 **Cooperativa** - entidade esta instituição autônoma de pessoas que se unem, voluntariamente, com número variável de pessoas, não inferior a 20 participantes, para satisfazer aspirações e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, por meio de uma empresa de propriedade coletiva e democraticamente gerida (CLT). O objetivo essencial de uma cooperativa na área do artesanato é a busca de uma maior eficiência na produção com ganho de qualidade e de competitividade em virtude do plano de ação, pela otimização e redução de custos na aquisição de matérias-primas, no beneficiamento, no transporte, na distribuição e venda dos produtos.

Art. 11 **Sindicato** - pessoas jurídicas de direito privado que têm base territorial de atuação e são representadas por lei como representantes de categorias de trabalhadores ou econômicas (empregadores). A representação sindical confere um direito fundamental aos trabalhadores e empregadores nos termos do artigo 8º da Constituição Federal de 1988.

Art. 12 **Federação** - organização que congrega outras associações representativas de atividades idênticas, similares ou conexas, podendo ter base regional ou estadual.

Art. 13 **Confederação** - coligação de federações para um fim comum.

#### CAPÍTULO IV DAS TIPOLOGIAS DO ARTESANATO

Art. 14 **Determinação** dada ao segmento da produção artesanal, que determina a classificação por gênero, utilizando como referência a matéria-prima predominante, bem como sua funcionalidade.

Art. 15 Os materiais selecionados não constituem uma tipologia específica, dada a sua diversidade e possibilidade de enquadramento em outras tipologias.

§ 1º **MATÉRIA-PRIMA NATURAL DE ORIGEM ANIMAL, VEGETAL E MINERAL**

I - **ÁREIA COLORIDA** - Técnica de composição de imagem com areia colorida em recipientes transparentes. Em geral são usados sedimentos com pigmento natural ou artificial.

II - **BORRACHA** - Esta tipologia abrange a produção artesanal que utiliza as borrachas naturais, que é o produto sólido obtido pela coagulação de látex de determinados vegetais, sendo o principal a Hevea Brasiliensis. A borracha é um produto natural procedente do látex de acidez neutra, com grande elasticidade, moldável e sem resíduo. Ela sofre uma série de tratamentos para adquirir os requisitos da elasticidade, dureza, resistência etc., o que faz dela um dos produtos de consumo mais necessários no mundo moderno. No artesanato são considerados os objetos confeccionados a partir da utilização da borracha processada naturalmente.

III - **CERAS, MASSAS, GESSO E PALAFINA** - Nesta tipologia caracterizam-se a confecção de objetos a partir de técnicas de modelagem de ceras, massas, gesso e parafina.

A. As ceras são matérias-primas maleáveis produzidas tanto por animais, como extratadas de plantas. Como por exemplo, a cera de abelha, muito utilizada na modelagem de miniaturas de figuras barrocas, antigas e réplicas de vasos.

B. A parafina é derivada do petróleo, matéria-prima essencial na fabricação de velas, por sua propriedade combustível. Outras aplicações comuns à parafina incluem: cosméticos, gel de cera, tintas, pinturas, entre outros.

C. O gesso é uma substância produzida a partir do mineral gipsita, composto basicamente de sulfato de cálcio hidratado. Normalmente é encontrado no formato de pó branco que, misturado à água, endurece rapidamente, adquirindo forma definitiva de oito a doze minutos.

D. As massas são resultantes de misturas de materiais, caracterizadas pela sua consistência pastosa e maleável. Entre as mais usadas na produção artesanal estão: a massa de porcelana fria ou biscuit e as argamassas, que tem como componentes básicos areia, areia e água.

IV - **CHIFRES E OSSOS, DENTES E CASCOS** - Nesta tipologia são enquadrados os artefatos em que predomina a utilização de chifres, cascos, dentes e ossos como matérias-primas desde que não sejam de espécies constantes na lista oficial da fauna brasileira ameaçada de extinção, e dos anexos I e II do Comércio Internacional das Espécies da Fauna e Fauna Selvagens em Perigo de Extinção (CITES) e órgão ambiental do Estado.

V - **CONCHAS E ESCAMAS DE PEIXES** - Tipologia caracterizada pela utilização dos diversos tipos de conchas e escamas de peixes. São matérias-primas obtidas de animais aquáticos.

VI - **COURÇ, PELES, PENAS, CASCAS DE IVOS E CRINA DE CAVALO** - Compreendem os artigos indústriais com couro que é a pele curada de animais, peles, penas, cascas de ivo e crina de cavalo, utilizados como materiais para a confecção de diversos artefatos para o uso humano, destacando-se os objetos de uso pessoal, utilitários, artigos para decoração e instrumentos musicais.

VII - **FIBRAS VEGETAIS** - Fibras é a denominação genérica de qualquer estrutura filamentos, geralmente sob forma de fiavel, encontrada nos tecidos animais e vegetais ou em algumas substâncias minerais. São matérias-primas nobres e flexíveis e que, trançadas, possuem diversos usos principalmente na manufatura de cestas e móveis.

a. Qualquer produto artesanal que contenha matéria-prima da fauna e da flora silvestre deve conter a informação quanto a sua origem e registro junto ao IBAMA. Todos os produtos de origem natural devem conter a informação quanto a sua origem e registro junto ao IBAMA.



VIII - FIOS E TECIDOS - Apesar dos fios e tecidos serem produzidos a partir de fibras têxteis, caracterizam-se como produtos específicos devido à diversidade de produtos confeccionados e técnicas que os utilizam como material básico.

a. Os fios e tecidos podem ser confeccionados com fibras:

a.1 - Minerais - resultam da natureza, livres de transformações químicas e beneficiadas pelo homem.

a.2 - De origem animal - seda, lã, pelos e couro de animais.

a.3 - De origem vegetal - algodão, linho, cânhamo, juta, sisal, palmeira, coco, entre outros.

IX - MADEIRA - Nesta tipologia serão considerados os produtos confeccionados com madeira e seus derivados (MDF, aglomerados e compensados), compreendendo desde móveis e utensílios produzidos na manufatura objetos e adornos feitos com madeiras tropicais e outras decoradas das diversas técnicas existentes para processamento da mesma, excetuando-se os papéis artesanais que constituem uma tipologia específica.

X - METAIS - Entre os metais mais utilizados na produção artesanal encontram-se chapas de ferro galvanizado, folhas de zinco, folha de flandres, alumínio, estanho, bronze, cobre e prata.

XI - PAPEL - Apesar de o papel ser um derivado de fibras vegetais, será considerado como tipologia específica, devido à multiplicidade de seu uso na produção artesanal.

a. Entende-se por trabalhos manuais nesta tipologia, desde as folhas de papel reciclado e artesanal, bem como os objetos em que predomina o papel como matéria-prima, sejam papéis artesanais ou industrializados, em técnicas de montagem, colagem, dobraduras e modelagem de papel marcê.

XII - VIDRO - Enquadra-se nesta tipologia todo objeto resultante de intervenções artesanais utilizando os mais diversos tipos de pedras existentes no Brasil.

XIII - SEMENTES, CASCA, RAIZES, FLORES E FOLHAS SECAS - Nesta tipologia serão considerados os produtos confeccionados com produtos florestais não-madeireiros: sementes, cascas, raízes, flores e folhas secas.

XIV - VIDRO - O vidro é uma substância obtida através do resfriamento de uma massa líquida a base de sílica, em sua forma pura, vidro é um óxido metálico super resfriado, transparente e de elevada dureza. Sua manipulação só é possível enquanto fundido (a 1550°C), quente e maleável.

a. - No artesanato a produção predominantemente é resultado da reciclagem, em que o vidro é derretido a uma temperatura de 850°C possibilitando a produção de novos objetos e utensílios. Nos processos de reciclagem os cascos de vidro funcionam como matéria-prima balanceada, pois economiza energia já que atinge o ponto de fusão em temperatura menor que a massa a base de sílica.

§ 2º MATÉRIA-PRIMA DE ORIGEM PROCESSADA - ARTESANAL, INDUSTRIAL E COM PROCESSOS MISTOS

I - ARGILA (BARRO) - Enquadra-se nesta tipologia toda espécie de objeto produzido com argilas, decorados ou não. A argila é caracterizada pelo teor de umidade, de granulagem fina e que adquire plasticidade quando misturada com água, ripidez após secagem, e dureza após a queima em temperaturas elevadas (cerâmica). São formadas essencialmente por silicatos hidratados de alumínio, ferro e magnésio. Dentre os diversos tipos de argila, as mais utilizadas no artesanato são:

a. Argilas de baixa (Ball Clay): Argilas muito plásticas, de cor amarelada ou negra apresentam alto grau de contração tanto na secagem quanto na queima. Sua grande plasticidade impede que seja trabalhada sob forma líquida repousada com a água. É adicionada em massas cerâmicas para proporcionar maior plasticidade e tenacidade à massa. Vitrificam aos 1300°C.

b. Gêsca: Argila de grão fino, plástica, sedimentária e refratária - que suporta altas temperaturas, vitrificam entre 1240 - 1300°C. Nelas o feldspato atua como material fundente. Após a queima sua coloração é variável, vai do vermelho escuro ao rosado e até mesmo amarelado do claro ao escuro. Em sua composição não entram argilas tão brancas ou puras como na porcelana e que apresentam possibilidades de coloração avermelhada, branca, cinza, preta, etc. Depois de queimadas são impermeáveis, vitrificadas e opacas. A temperatura de queima vai de 1150°C a 1300°C.

c. Terrosa ou amela vermelha: São plásticas com alto teor de ferro e resistem a temperaturas de até 1100°C, porém fundem em uma temperatura maior e podem ser utilizadas com vidrados para grês. Quando queimada adquire coloração que vai do creme aos tons avermelhados, o que resulta o maior ou menor grau de porcelanagem de óxido de ferro.

d. Massa para louça (faiança): A massa da louça é menos rica em caulim do que a porcelana, e é associada à argilas mais plásticas. São massas porosas, de coloração branca ou marfim, que requer e precisam de posterior vitrificação.

e. Argila de Polímero: Material conhecido no Brasil como cerâmica plástica cuja característica especial é a plasticidade e fácil manuseio.

f. Cereja: Produto branco impermeável e translúcido. Ela se distingue de outros produtos cerâmicos, especialmente, da faiança e da louça, pela sua vitrificação, transparência, resistência, completa isolação de porosidade e condutividade.

II - FIOS E TECIDOS

a. Quilombos - Fios de tecidos quilombos são produzidos a partir de transformações químicas de materiais e são divididos em artesanais e industriais. Artesanais produzidos a partir de colares, substância fibrosa encontrada na pasta de madeira ou no limbo de algodão, lábiu serem também conhecidos por fibras celulósicas. As fibras artificiais mais conhecidas são viscose, o rayon, acetato e triacetato.

b. Sintético - São fibras obtidas através de síntese química a partir de petróleo, sendo as mais usadas poliéster (terço), polipropileno, poliamida (nylon), acrílica (dracón), elastano (lycra). Os fios podem ser linhas, cordões, ardores, meadas e tras. São utilizados, entre outras técnicas, na tecelagem manual, nos bordados, na costureira de meados, no crochê, no tricô e no amarrado. Os tecidos podem ser artesanais e industriais. São empregados em diversas técnicas que utilizam a costura artesanal como técnica básica, na costureira de roupas e acessórios, no patchwork, como base para bordados, na confecção de bonecos, entre outros.

II - MATERIAIS SINTÉTICOS - Sua origem é industrial e, geralmente são materiais de baixo preço, com larga distribuição em todo o território nacional, principalmente nos meios urbanos. As diferentes características dos materiais sintéticos são usadas para classificá-los: os deformáveis termicamente são chamados termoplásticos, os resistentes ao calor são chamados termofixos e os materiais elásticos são chamados elastomeros.

a. O fator preço, em alguns casos, tem servido para a substituição de matérias-primas naturais pelas sintéticas, mesmo na produção de artesanato tradicional.

b. Nesta tipologia serão enquadrados os produtos em que predominantemente se utilizam, entre os mais conhecidos, certos diversos tipos de espumas, resinas, borachas, isopor, plásticos, acrílico, fibras sintéticas, massa epóxi.

§ 3º PRODUTOS QUE INGOEM CERTIFICAÇÃO DE USO

I - ALIMENTOS E BEBIDAS - Esta tipologia compreende a produção de alimentos reconhecidos em seus Estados como típicos, produzidos em pequena escala, de forma artesanal, que utilizam matéria-prima regional ou, preferencialmente, sua origem de produção e consumo autêntica.

a. De acordo com o disposto na Lei n. 9.782, de 26 de janeiro de 1999, que define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, e, seja o Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), cabe à vigilância sanitária desenvolver um conjunto de ações regulamentadas, entre outras, aos alimentos, bebidas, inclusive águas engarrafadas, insanos, embalagens, aditivos alimentares, limites de contaminantes orgânicos, resíduos de agrotóxicos e de medicamentos veterinários.

b. Genericamente, pode-se definir alimento como toda substância utilizada pelo homem como fonte de matéria e energia para realizar suas funções vitais. Podem ser materiais substâncias não necessariamente às funções biológicas, mas que fazem parte da cultura, como temperos, comidas, etc. A vigilância sanitária, adota o Decreto-Lei nº 981, de 21 de outubro de 1969, que institui normas básicas sobre alimentos, segundo o qual "alimento é toda substância ou mistura de substâncias, no estado sólido, líquido, pastoso ou qualquer outra forma adequada, destinada a fornecer ao organismo humano os elementos necessários à sua formação, manutenção e desenvolvimento".

c. O controle sanitário de alimentos e bebidas é competência tanto do setor da saúde como do setor da agricultura, rubendo ao primeiro o controle sanitário e o registro dos produtos alimentícios industrializados, com exceção daqueles de origem animal, e o controle das águas de consumo humano.

d. A cadeia de alimentos envolve uma série de etapas: produção, beneficiamento, armazenamento, transporte, industrialização, embalagem, fracionamento, reembalagem, rotulagem, distribuição, comercialização e consumo. Em alguns casos há, ainda, a etapa de registro.

e. Para os serviços de alimentação, o Regulamento Técnico sobre Boas Práticas para Serviços de Alimentação (Resolução RDC/ANVISA nº 216, de 15 de setembro de 2004), impõe exigências rígidas, visando garantir a boa prática de manipulação e prevenir a ocorrência de surtos. Os serviços que realizam algumas das seguintes atividades: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, embalagem à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo, tais como carnes, laticínios, confeitarias e outros devem dispor de Manual de Boas Práticas e de Procedimentos Operacionais Padronizados e o cumprimento sistema de Análises de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC). No Brasil, esse sistema passou a ser exigido pela Portaria GM/MS n. 1.428/93, a todos os estabelecimentos que desenvolvam atividades relacionadas à alimentação.

f. No caso dos produtos de origem animal, a responsabilidade pelas ações de controle sanitário, da produção à distribuição, cabe ao Ministério da Agricultura. Fica a cargo da vigilância sanitária, o controle no comércio atacadista e varejista. São áreas de competência encontra-se regulamentada na Lei nº 7.889/89. Quanto ao controle de bebidas, tem sido tradicionalmente de competência do Ministério da Agricultura, embora o atual ordenamento jurídico atribua ao IBR e controle sanitário, tanto dos alimentos, quanto das bebidas, criando conflitos de competência.

g. Os serviços de vigilância sanitária também lidam com o mercado informal de alimentos, considerando que esta tem sido uma das estratégias de sobrevivência usada por quem depende pela população que não consegue inserir no mercado formal de trabalho. Este é um dos problemas que merece ação intersectorial, capacitando pelos estados na busca de soluções viáveis, que minimizem os riscos à saúde e promovam a inclusão das pessoas e dos produtos no mercado formal, e a consequente ativação da economia.

h. Estados e municípios podem complementar as normas que são emanadas pelo órgão federal, em função de suas especificidades. Programas de monitoramento da qualidade de produtos ou de melhoria dos serviços/condições de produção, bem como a adesão às boas práticas de fabricação e manipulação devem ser implementados pelos estados, em cooperação com os municípios, e com participação efetiva dos Laboratórios de Saúde Pública.

i. Para efetuar o cadastro de artesãos nessa tipologia, deve-se consultar a legislação que regulamenta o setor de alimentação, disponível no site [www.gov.br](http://www.gov.br), especialmente a Resolução nº 23, de 15 de março de 2000, que dispõe sobre "O Manual de Procedimentos Básicos para Registro e Dispensa da Obrigatoriedade de Registro de Produtos Alimentícios à Anvisa".

j. Instrução Normativa nº 55 de 30/10/2008 - MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (DOU, 31/10/2008), regulamenta licenças para a fixação dos padrões de identidade e qualidade para as bebidas alcoólicas.

k. Aprovar os regulamentos técnicos para a fixação dos padrões de identidade e qualidade para as bebidas alcoólicas por mistura licor, bebida alcoólica mista, bebida, rapinica, bebida alcoólica composta, perfumado e aguardente composta.

II - AROMATIZANTES DE AMBIENTES E COSMÉTICOS - Trabalhos que envolvem a produção artesanal de aromatizantes (odorizantes) de ambientes e cosméticos, produzidos com essências aromáticas (óleos para perfumar o corpo ou o ambiente). As essências são extratadas de flores, folhas, raízes, frutos obtendo-se variedades de fragrâncias e cores.

a. O Decreto 9.094/77, que regulamenta a Lei no 6.360, de 23 de setembro de 1976, submete ao sistema de vigilância sanitária, os medicamentos, insumos farmacêuticos, drogas, correlatos, cosméticos, produtos de higiene, saneantes e outros. O artigo 4º acrescenta: "Nenhum dos produtos submetidos ao regime de vigilância sanitária de que trata este regulamento, poderá ser industrializado, exposto à venda ou entregue ao consumo, antes de registrado no órgão de vigilância sanitária competente do Ministério da Saúde".

b. Conforme o Regulamento citado acima, poderão ser considerados produtos artesanais para fins de cadastro no SICAB: i) Produto de higiene; ii) Perfumes; e iii) Cosméticos.

c. Esses produtos deverão ser regularizados de acordo com a legislação disponível na página [www.anvisa.gov.br](http://www.anvisa.gov.br). Destaca-se que o registro de produtos na Anvisa, só pode ser efetuado por empresa que tenha obtido a sua AFE - Autorização de Funcionamento de Indústria. Este procedimento inicia-se inicialmente, na Vigilância Sanitária Estadual/Municipal, portanto, a própria fiscalização é que deverá orientar sobre os primeiros passos para obtenção do Alvará/Licença de Funcionamento.

III - BRINQUEDOS - Os produtos destinados ao público infantil devem observar a norma de certificação de brinquedos no Brasil, visto seu caráter compulsório (obrigatório), conforme norma brasileira NBR 11786 - Segurança de brinquedos, publicada pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e regulamentada pela Portaria Inmetro nº 177, de 30 de novembro de 1998. Portanto, os brinquedos e jogos educativos artesanais, não serem disponibilizados no mercado, devem obter a certificação.

CAPÍTULO V

DA CLASSIFICAÇÃO DO ARTESANATO

Art. 16 A classificação do produto artesanal está definida conforme a origem, natureza de criação e de produção do artesanato e expressa os valores decorrentes dos modos de produção, das peculiaridades de quem produz e do que o produto potencialmente representa. A classificação do artesanato também determina os valores históricos e culturais do artesanato no tempo e no espaço onde é produzido.

§ 1º ARTESANATO INDÍGENA - Resultado do trabalho produzido no seio de comunidades e etnias indígenas, onde se identifica o valor de uso, a relação social e cultural da comunidade. Os produtos, em sua maioria, são resultados de trabalhos coletivos, incorporados ao cotidiano da vida tribal.

§ 2º ARTESANATO DE RECICLAGEM - É o resultado do trabalho produzido a partir da utilização de matéria-prima que é reutilizada. A produção do artesanato de reciclagem contribui para a diminuição da extração de recursos naturais, além de desenvolver a conscientização dos cidadãos a respeito do destino de materiais que se destinam ao lixo.

§ 3º ARTESANATO TRADICIONAL - Conjunto de trabalhos mais expressivos da cultura de um determinado grupo, representativo de suas tradições e incorporadas à vida cotidiana, sendo parte integrante e indissociável dos seus usos e costumes. A produção, pertencente de origem familiar ou comunitária, possibilita e favorece a transferência de conhecimentos de técnicas, processos e desenhos originais. Sua importância e valor cultural decorrem do fato de preservar a memória cultural de uma comunidade, transmitida de geração em geração.

§ 4º ARTESANATO DE REFERÊNCIA CULTURAL - Sua principal característica é o resgate ou reatuação de elementos culturais tradicionais de região onde é produzido. Os produtos, em geral, são resultados de uma intervenção planejada com o objetivo de diversificar os produtos, dinamizar a produção, agregar valor e estimular custos, preservando os insumos culturais com o objetivo de adaptá-los às exigências do mercado e necessidades do comprador. Os produtos são concebidos a partir de estudos de tendências e de demandas de mercado, revelando-se como um dos mais competitivos do artesanato brasileiro e favorecendo a ampliação da circulação.

§ 5º ARTESANATO CONTEMPORÂNEO-CONSCIENTUAL - Objetos resultantes de um projeto deliberado de afirmação de um estilo de vida ou atividade cultural. A inovação e o elemento principal que distingue este artesanato das demais classificações. Nesta classificação existe uma afirmação sobre estilos de vida e valores.

CAPÍTULO VI

DA FUNCIONALIDADE DO ARTESANATO

Art. 17 A funcionalidade é definida a partir dos elementos distintivos que qualificam os produtos de acordo com seu uso e destino.

§ 1º ADORES E/OU ACESSÓRIOS ADEQUADOS - Objeto que visam complementar a harmonia do conjunto, tanto no vestuário feminino quanto no masculino. No artesanato normalmente estão inseridos no contexto da moda, compreendendo as jaquetas, blusas, cintos, bolsas, fones, entre outros.



## APÉNDICE

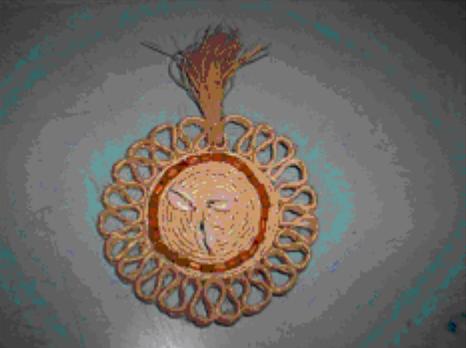
**Tabela 10 - Consultoria Design e Artesanato em PERNAMBUCO, durante o período de 1998 a 2015**

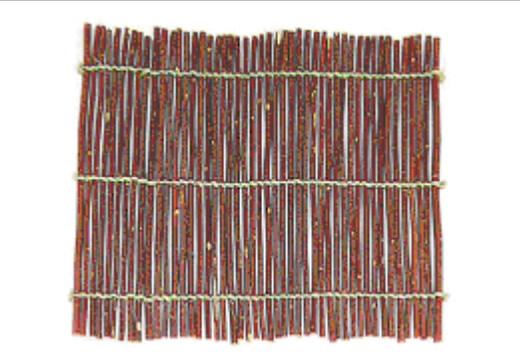
\*Função de design de produto

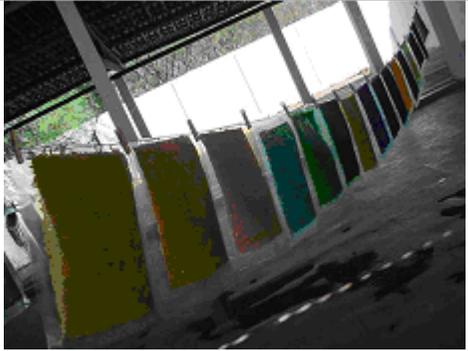
\*\* Função de design de produto e gestora

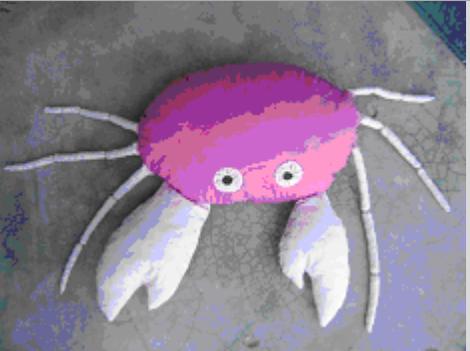
\*\*\* Função de gestora

<b>LOCAL</b>	<b>PERÍODO</b>	<b>INSTITUIÇÃO / PARCEIROS</b>	<b>MATÉRIA PRIMA</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>PRODUTO</b>	<b>CLASSIFICAÇÃO DO PRODUTO</b>
<b>Bezerros*</b>	1998	SEBRAE/FINEP/ UFPE/ FADE	Madeira	Marcenaria	Móveis Brinquedos populares Velas	ARTESANATO
<b>Salgueiro*</b>	1999	SEBRAE/FINEP/ UFPE/ FADE	Linhas, PET, tecido, fibras.	Bordados Trançados Costura Crochê	Almofadas Descanso de pratos Bolsas Toalhas de mesa Passadeiras	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>Serrita*</b>	1999	SEBRAE/FINEP/ UFPE/ FADE	Couro	Costura Modelagem Bordado Entalhe	Chapéus Coletes Sandálias Bolsas Carteiras	ARTESANATO

Castainho / Garanhuns**	2000	SEBRAE GARANHUNS	Cabaça Fibra	Pintura Trançado	Bonecas Painéis	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Conceição das Crioulas / Salgueiro*</b>	2000 - 2002	SEBRAE/FINEP/ UFPE/ FADE/DEC	Fibras Argila	Trançados Amarrações Modelagem	Cumbucas Cuscuzeiras Bonecas Jogos-americanos Painéis	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

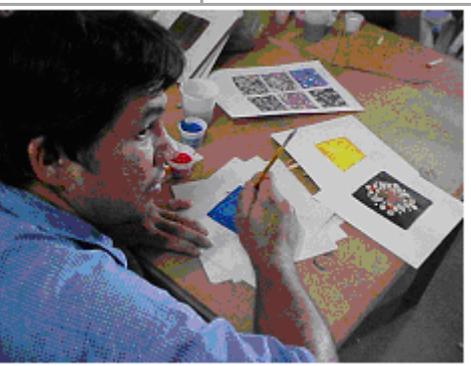
<b>Caroalina / Sertânia*</b>	2000	SEBRAE/ UFPE/ FADE / DEC	Fibras	Papel machê	Folhas de papel Caixas Flores	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Rio Formoso*</b>	2002	SEBRAE/ UFPE / FADE / DEC	Linhas Tecido Telas (fios obtidos de fibras flexíveis) Plásticos Fibras	Bordados Costura Trançados Tapeçaria Modelagem Pintura	Tapetes Bolsas Bijuterias Toalhas Almofadas Luminárias Passadeiras	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>PRODUTO</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Bezerros**</b>	2002	EMBRATUR/ PREFEITURA DE BEZERROS/ ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS	Papel machê Linhas Plástico Tecido Madeira Parafina	Modelagem Bordados Costura Crochê Entalhamento Pintura	Vasos Painéis Brinquedos populares Máscaras Toalhas Almofadas Esculturas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Gravatá</b>	2002 - 2006	SERC - Grupo de Mães Tapeceiras de Gravatá (GMTG)	Linhas Telas (fios obtidos de fibras flexíveis)	Tapeçaria Bordados	Tapetes Almofadas	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTOS</b>						
<b>Cabo de Santo Agostinho*</b>	2003	SEBRAE/FINEP/ UFPE/ FADE/DEC	Tecidos Fibras Linhas Papel machê	Bordados Trançados Costura Crochê	Painéis Cestos Tapetes Almofadas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL

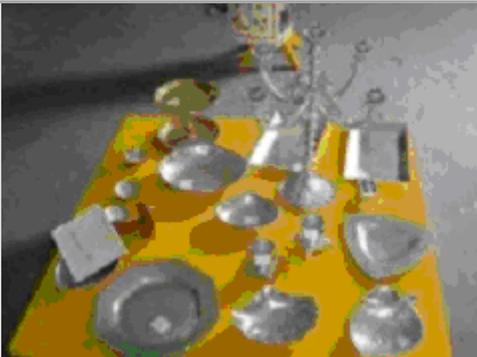
			Argila	Pintura	Luminárias Toalhas Esculturas	
<b>Tracunhaém*</b>	2003	SEBRAE/FINEP/ UFPE/ FADE/DEC	Argila	Modelagem	Cumbucas Esculturas Painéis Painéis Módulos decorativos Quadros	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						

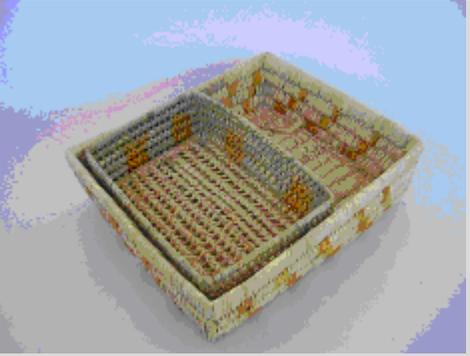
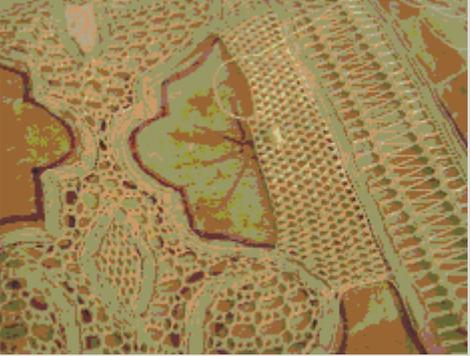
<b>PRODUTO</b>						
<b>Alto do Moura / Caruaru*</b>	2003	SEBRAE/ UFPE/ FADE / DEC	Argila	Modelagem	Esculturas Cumbucas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						

<b>PRODUTO</b>						
<b>Jataúba*</b>	2003	SEBRAE/ UFPE / FADE / DEC	Linhas e lacês (fita)	Renascença	Roupas Jogos para cama, mesa e banho Almofadas Aviamentos	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						

<b>PRODUTO</b>						
<b>Garanhuns**</b>	2003	SEBRAE GARANHUNS	Linhas Tecido Telas (fios obtidos de fibras flexíveis) Plásticos Fibras Argila Sementes Madeira	Bordados Costura Crochê Trançados Pintura Tapeçaria Modelagem Entalhamento	Cestos Esculturas Tapetes Almofadas Luminárias Toalhas Bonecas Blusas Casinhas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

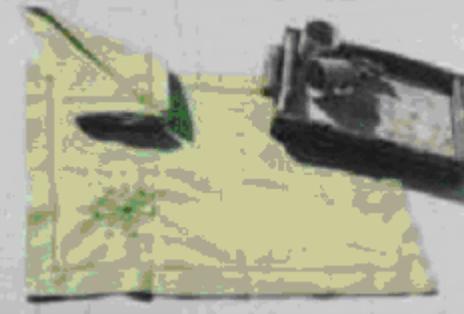
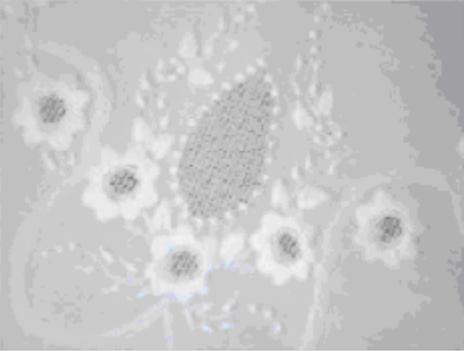
<b>PRODUTO</b>						
<b>Gravatá**</b>	2003 - 2005	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Linhas Tecido Telas (fios obtidos de fibras flexíveis) Plásticos Fibras Argila	Bordados Costura Crochê Trançados Tapeçaria Modelagem Pintura	Vasos Tapetes Almofadas Luminárias Toalhas Brinquedos Blusas Flores	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

<b>PRODUTO</b>						
<b>Russinha / Gravata**</b>	2004 - 2006	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Fibra do abacaxi	Papel machê	Folhas de papel Luminárias Carteiras Botões Flores	ARTESANATO

<b>Fazenda Nova / Brejo da Madre de Deus**</b>	2004	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Linhas e Lacês Argila Fibras Tecidos Madeira	Bordados Costura Trançados Renascença Entalhamento Modelagem	Cestos Esculturas Almofadas Luminárias Toalhas Passadeiras Suportes Sousplat Porta-guardanapos	<b>ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL</b>
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

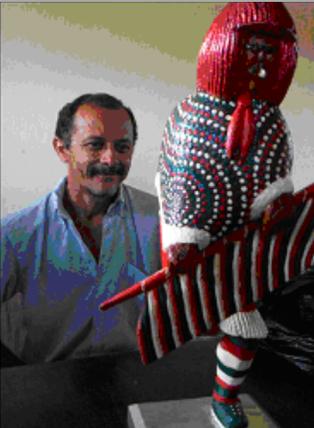
<b>ASSOCIAPE – Associação dos Artesãos de Pernambuco.**</b>	2004 - 2015	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Madeira Metal MDF Tecidos Plásticos Linhas Papel	Bordados Costura Crochê Entalhamento Modelagem Marchetaria Pintura	Esculturas Quadros Caixas Luminárias Toalhas Bonecas Panos de prato Móveis Almofadas Blusas Bijuterias	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

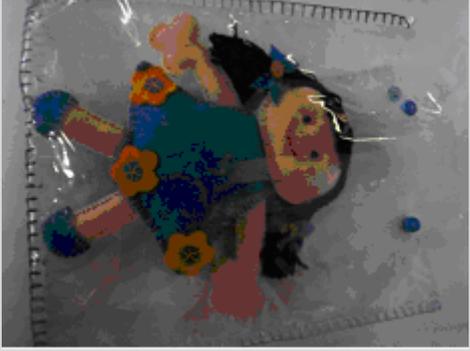
<b>PRODUTO</b>						
<b>Passira**</b>	2004	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Tecidos Linhas	Bordados	Jogos para cama, mesa e banho Roupas Mantas Passadeiras	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

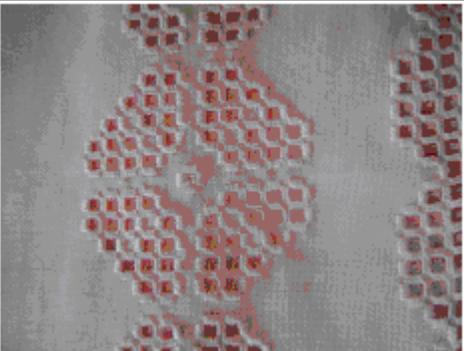
<b>PRODUTOS</b>						
<b>Pesqueira**</b>	2005	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Linhas e lacês	Renascença	Roupas Jogos para cama, mesa e banho	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

PRODUTO						
<b>Projeto Jovem Artesão**</b>	2005	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Papel	Pintura Montagem	Caixas Blusas Jogo-americano	TRABALHO MANUAL
<b>Brejo da Madre de Deus**</b>	2005 - 2006	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Linhas e Lacê Argila Fibras Tecidos Madeira	Bordados Costura Renascença Entalhamento Modelagem	Esculturas Almofadas Luminárias Toalhas Passadeiras Bolsas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>Sirinhaém**</b>	2005	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Tecidos Linhas Plástico PET Papel Madeira	Bordados Costura Crochê Entalhamento Modelagem Pintura	Jogos para cama, mesa e banho Luminárias Bolsas Esculturas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>Vicência**</b>	2006	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Fibra da banana	Traçados Revestimentos Modelagem	Jarros Cestos Almofadas Cordas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL

					Bonecos	
<b>COQUE-NEIMFA / Recife**</b>	2004	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Papel reciclado	Modelagem Serigrafia	Blocos Caixas Capas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Nazaré da Mata**</b>	2006	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Madeira Tecidos Miçangas Papel machê	Bordados Costura Trançados Entalhamento Modelagem	Golas de Maracatu Esculturas Cinzeiros Almofadas Bolsas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

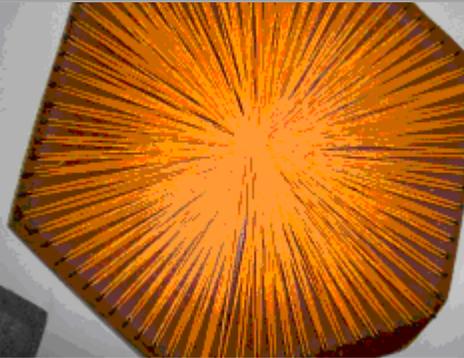
<b>Cupira**</b>	2007	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Lonas Tecidos Linhas	Costura Bordados	Brinquedos educativos	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Surubim**</b>	2007	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Fibras Tecidos Linhas Plásticos Madeira	Bordados Costura Crochê Trançados Modelagem Pintura	Jogos para cama, mesa e banho Luminárias Bolsas	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Recife**</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / ESCOLA LIVRE	Tecidos Linhas Plásticos Papel	Bordados Costura Crochê Modelagem Pintura	Jogos para cama, mesa e banho Luminárias Bolsas Esculturas	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

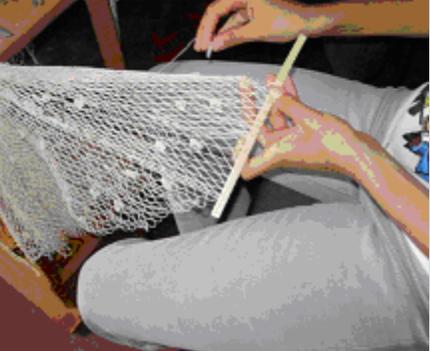
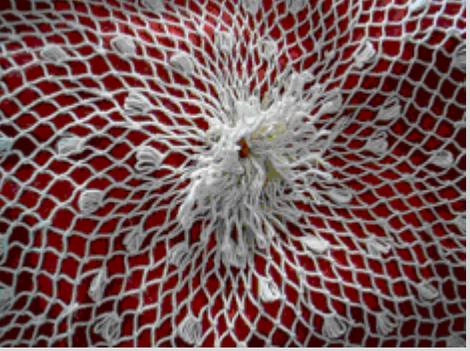
<b>Olinda**</b>	2007	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Madeira Fibras Linhas Tecidos Papel Plástico	Bordados Costura Crochê Trançados Renascença Entalhamento Modelagem Pintura	Esculturas Lenços Blusas Bolsas Painéis Totens Toalhas Passadeiras	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>Associação Comunitária de Agricultores e Artesãos do Sítio Pindoba / Alagoinha**</b>	2007	SEBRAE/ CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN	Palha do milho	Trançados Modelagem Revestimento	Bolsas Cestos Bandejas Painéis	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						

<b>PRODUTO</b>						
<b>Paudalho***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL	Linhas	Tenerife	Roupas Passadeiras	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

PRODUTO						
<b>Lagoa do Carro***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL	Linhas Telas (fios obtidos de fibras flexíveis)	Tapeçaria	Tapetes Almofadas Peso para porta	TRABALHO MANUAL
<b>Carpina***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL	Linhas Lacês	Renascença	Roupas Passadeiras Bolsas	TRABALHO MANUAL
<b>Lagoa de Itaenga***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL	Cipó Fibras	Trançados	Cestos Bolsas Bandeja	ARTESANATO
<b>Aliança***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL	Linhas Tecidos	Bordado	Roupas Passadeiras Bolsas	TRABALHO MANUAL
<b>Nazaré da Mata***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL	Tecidos Linhas Miçangas	Bordado Costura	Blusas Golas	TRABALHO MANUAL
<b>Tracunhaém***</b>	2007	CENTRO	Argila	Modelagem	Cumbucas	ARTESANATO

		PERNAMBUCANO DE DESIGN / COOPAGEL			Esculturas Painéis Painéis Módulos decorativos Quadros	
<b>Alto do Moura / Caruaru***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / CTI NE	Argila	Modelagem	Esculturas Painéis	ARTESANATO
<b>Gravatá***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / CTI NE	Tecido Linhas Madeira Argila Metal	Bordados Costura Crochê Trançados Entalhamento Modelagem Pintura	Suporte para DVD Molduras Bonecas Almofadas Jarros Castiçais	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						

<b>PRODUTO</b>						
<b>Santa Maria da Boa Vista***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / SEBRAE	Fibra da banana	Trançados Tear	Cestos Mantas Jogos para cozinha	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>Gravatá Recife Caruaru***</b>	2007	CENTRO PERNAMBUCANO DE DESIGN / VISÃO MUNDIAL	Tecidos	Costura a mão	Bonecas de pano	ARTESANATO

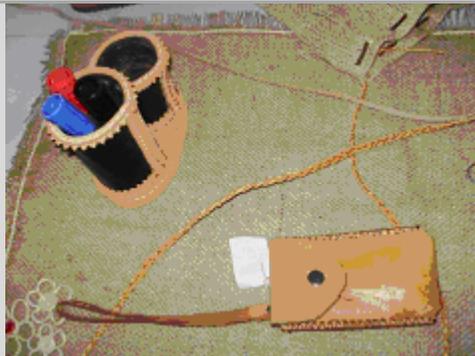
<b>Barra do Riachão / São Joaquim do Monte*</b>	2009	UFPE/ Conexões UFPE / JICA	Linhas	Trançado	Rede de pesca Peças de roupas Acessórios de moda	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

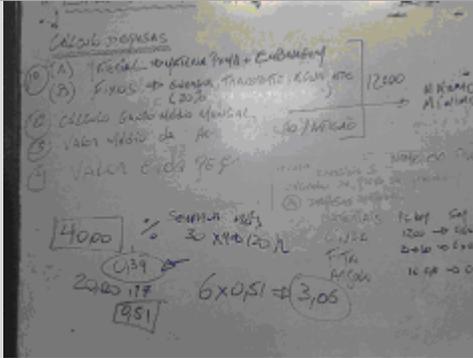
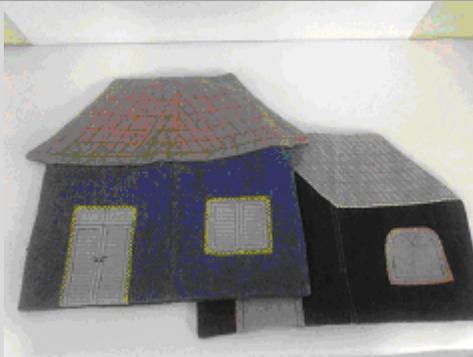
<b>Ilha de Deus / Recife**</b>	2009 - 2010	SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO / IEDES	Mariscos Fibras	Amarrações Modelagem Trançados	Flores Acessórios de moda Porta-chaves Peças decorativas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

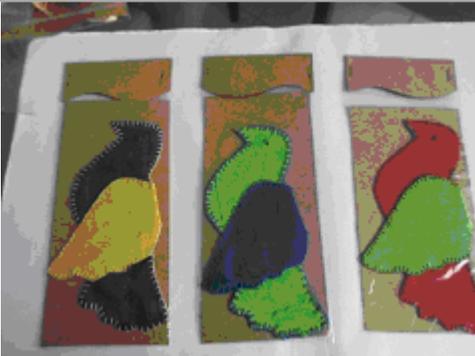
<b>Ouricuri**</b>	2011 - 2012	CAATINGA / PETROBRÁS [PROJETO JUVENTUDE, ARTE E CULTURA]	Madeira	Marcenaria	Quadros Esculturas Porta-chaves Fruteiras	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

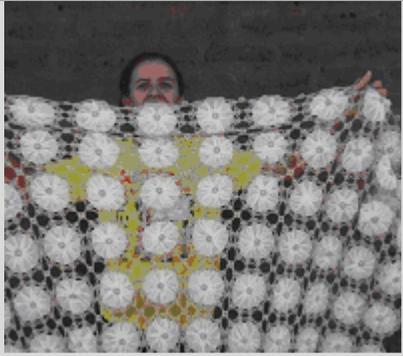
<b>Afogados da Ingazeira**</b>	2011 - 2012	CAATINGA / PETROBRÁS [PROJETO JUVENTUDE, ARTE E CULTURA]	Sementes	Montagem Modelagem Trançados	Colares Chaveiros Anéis	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>Triunfo**</b>	2011 - 2012	CAATINGA / PETROBRÁS [PROJETO JUVENTUDE, ARTE E CULTURA]	Fibra da banana	Trançados Revestimentos Modelagem	Porta-retratos Acessórios de moda Flores decorativas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						

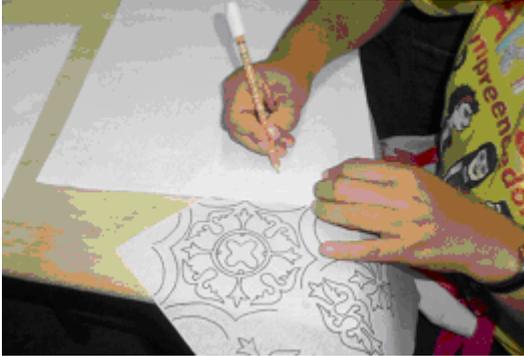
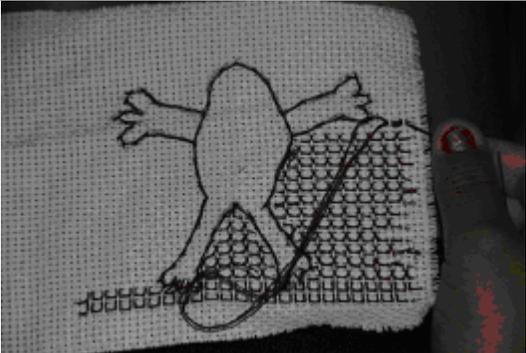
<b>PRODUTO</b>						
<b>São José do Egito**</b>	2011 - 2012	CAATINGA / PETROBRÁS [PROJETO JUVENTUDE, ARTE E CULTURA]	Sementes	Montagem Modelagem Trançados	Acessórios de moda	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						

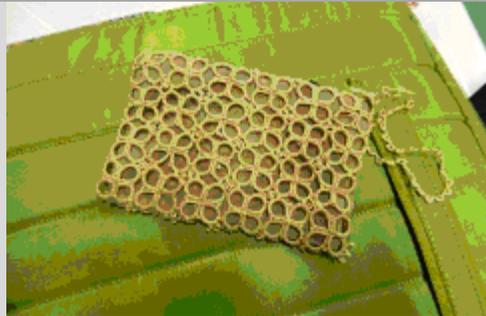
<b>Granito**</b>	2011 - 2012	CAATINGA / PETROBRÁS [PROJETO JUVENTUDE, ARTE E CULTURA]	Couro sintético	Montagem Modelagem Bordado Costura	Bolsas Chaveiros Caixas decorativas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						
<b>Salgueiro**</b>	2012	PREFEITURA DE SALGUEIRO	Plásticos	Montagem Trançados	Bijuterias Cestos Roupas	TRABALHO MANUAL

<p><b>Petrolândia***</b></p>	<p>2013 - 2014</p>	<p>SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO / IEDES</p>	<p>Tecidos Fibras Linhas Plásticos</p>	<p>Bordados Costura Crochê Trançados Entalhamento Modelagem Pintura</p>	<p>Almofadas Jogos para cozinha Mantas Esculturas Roupas</p>	<p>ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL</p>
<p><b>OFICINA</b></p>						
<p><b>PRODUTO</b></p>						

<b>Altinho***</b>	2013 - 2014	SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO / IEDES	Couro Linhas Argila	Montagem Modelagem Bordado Costura Crochê	Bolsas Acessórios de moda Marcadores para livro Esculturas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Serra Talhada***</b>	2013 - 2014	SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO / IEDES / PREFEITURA DE SERRA TALHADA	Fibras Linhas Tecido	Bordados Costura Crochê Trançados Entalhamento Modelagem Pintura	Almofadas Roupas Bonecas Esculturas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Buíque***</b>	2013 - 2014	SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO / IEDES / PREFEITURA DE BUÍQUE	Sementes Fibras	Montagem Modelagem	Acessórios de moda Chaveiros Flores decorativas Almofadas	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

<b>Orobó***</b>	2013 - 2014	SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO / IEDES / PREFEITURA DE OROBÓ	Linhas	Frivolité	Acessórios de moda Bolsas	TRABALHO MANUAL
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						
<b>Salgueiro***</b>	2013 - 2014	SECRETARIA DA MULHER / GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO / IEDES	Tecidos Linhas Fibras Madeiras	Bordados Costura Crochê Trançados	Roupas Esculturas Quadros Bonecas	ARTESANATO/ TRABALHO MANUAL

		/ PREFEITURA DE SALGUEIRO		Entalhamento Modelagem Pintura	Jogos cama, mesa e banho	
<b>Paulista*</b>	2015	INSTITUTO RENNER / PREFEITURA DE PAULISTA	Mariscos Sementes Linhas Plásticos Fibras	Amarrações Modelagem Montagem Trançados	Peças decorativas Velas Flores	ARTESANATO
<b>OFICINA</b>						
<b>PRODUTO</b>						

fonte: a autora

**Tabela 11 – Projetos de extensão voltados para produção artesanal de universidades brasileiras**

PROJETO/INSTITUIÇÃO /PARCERIAS	ATIVIDADES DESENVOLVIDAS / METODOLOGIAS / INFORMAÇÕES ENCONTRADAS
<p>1. Projeto Mulheres de Palha / UFCA Departamento de Design</p> <p>Projeto apoiado pelo Santander/ Universidade Solidária - UniSol (Entidade Executora)</p> <p><a href="http://mulheresdapalha.blogspot.com.br/">http://mulheresdapalha.blogspot.com.br/</a></p> <p>(JUSTO, 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção de uma identidade para o projeto (esse processo envolveu professores, alunos e artesãos);</li> <li>- Melhoria e criação de produtos (produtos focados na identidade e no mercado);</li> <li>- Execução de ações de comunicação (criação da marca, criação de cordel);</li> <li>- Realização de oficinas de informática no Centro Cultural Mestre Noza;</li> <li>- Comercialização e gestão financeira;</li> <li>- Reforma de dois cômodos da casa sede do projeto e uma oficina de costura;</li> <li>- Uso de metodologias integrativas (trabalhou a relação do grupo através da participação de profissionais de psicologia);</li> <li>- Articulação com o CEART</li> <li>- Acompanhamento e avaliação dos projetos pelas entidades executoras, público atendido e equipe de designers.</li> <li>- No projeto, o designer teve o papel de mediador entre os problemas emergentes da comunidade e o alcance das metas propostas ao patrocinador (novos produtos, participação em eventos, material gráfico, melhorias na infraestrutura);</li> </ul> <p>Principais dificuldades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instabilidade do grupo;</li> <li>- Concorrência interna;</li> <li>- Disponibilidade de tempo reduzida devido às atividades domésticas.</li> </ul>
<p>2. Projeto Iconografias do Maranhão / UFMA Departamento de Desenho e Tecnologia</p> <p>Projeto apoiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão – FAPEMA, BNDS e o Programa Banco do Nordeste de Cultura</p> <p><a href="http://iconografiasma.blogspot.com.br/">http://iconografiasma.blogspot.com.br/</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construção da iconografia que representa a comunidade local, visando à preservação da identidade cultural e a valorização dos ofícios dos trabalhadores navais da área;</li> <li>- Mapear as cadeias produtivas do artesanato de povoados de Alcântara (Itamatatua, Brito, Santa Maria, Mamuna, São João de Côrtes e Sítio Praia do Barco);</li> <li>- Realização de um reconhecimento preliminar;</li> <li>- Agendamento com cada comunidade para registro da produção;</li> <li>- Mapeamento das etapas das cadeias produtivas;</li> <li>- Preenchimento de formulário para cada artesão, contendo dados pessoais e informações sobre a produção;</li> <li>- Registro fotográfico das etapas do processo produtivo;</li> <li>- Realização de seminários para apresentar e discutir os resultados;</li> <li>- Desenvolvimento de um folder contendo os depoimentos dos artesãos;</li> <li>- Em relação à metodologia, os autores da pesquisa localizam os valores a partir do olhar dos artesãos, identificando as representações de consumo dos produtos criados através das relações mantidas com consumidores ou intermediários que comercializam os produtos;</li> </ul>

	<p>- Projeto iniciado pela professora designer Raquel Gomes Noronha em 2010.</p>
<p>3. ASAS - Artesanato Solidário no Aglomerado da Serra / FUMEC</p> <p>CDL (Câmara dos Diretores Lojistas) e SEBRAE (2005) Prefeitura Municipal de Belo Horizonte; UNITEC – Nova Zelândia; ASTIB – Associação da Terceira Idade do Barreiro; (2006) Projeto RONDON e FUNADESP (2007)</p> <p>Envolvendo três projetos- ASAS_aglomeradas ASAS_modalaje ASAS_bambu</p> <p>RENA (2010)</p>	<p>- Metodologia de reposicionamento social construída de forma continuada durante todo o período do projeto;</p> <p>- Realização de reuniões semanais que tratam sobre: questões relacionadas aos problemas cotidianos, discussões sobre o embasamento teórico da proposta e a contextualização das ações realizadas pelo projeto;</p> <p>- Tecnologias sociais reaplicáveis para geração de renda;</p> <p>- Capacitação para melhoria da qualidade dos produtos (criação de uma coleção de almofadas);</p> <p>- Formação em 2004 do Grupo de Pesquisa DADAA_Diferenças: Arte, Design, Arquitetura, Artesanato, vários projetos de extensão fazem parte do Programa ASAS e possuem uma metodologia específica voltada para o empoderamento de comunidades;</p> <p>- Criação de um catálogo com os produtos inserção dos grupos produtivos no mercado;</p> <p>- Capacitação voltada para o empoderamento técnico e criativo dos beneficiários, a partir da utilização de um processo integrado e sustentável de planejamento, gestão e produção de objetos com alto valor agregado;</p> <p>- Realização de oficina de estamperia criada na Favela da Serra;</p> <p>- Artesãos capacitados em estamperia, encadernação e costura; desenvolvimento de peças de moda a partir de modelagem; e, manejo do bambu;</p> <p>- Criação de uma disciplina optativa ARTESANATO E DESIGN;</p> <p>- Utilizando-se um conceito amplo de Design Social, inserido no raciocínio do conceito de Tecnologia Social, desenvolveu-se uma metodologia de criação que incitasse o trabalho coletivo e colaborativo, articulando processos inovadores que resultassem na construção de objetos contendo fortes características locais.</p>
<p>4. DESEJA.CA – Desenvolvimento Sustentável e Empreendedorismo Social no Jardim Canadá / UFMG</p> <p>Envolve o Centro de Arte e Tecnologia. Participam do Programa o Grupo de Pesquisa Práxis e alunos da Escola de Arquitetura – design, arquitetura e urbanismo - EAUFMG</p> <p>Possui projetos apoiados pela Prefeitura de Nova Lima</p> <p>http-</p>	<p>- Atende a 60 beneficiários;</p> <p>- Utiliza a metodologia do projeto de extensão ASAS;</p> <p>- Oferece capacitações e qualificação profissional;</p> <p>- Trabalha com a criação e produção de objetos manufaturados com resíduos coletados no bairro onde o grupo está inserido. Utilizando uma nova linguagem que valorize o produto e insira a identidade local;</p> <p>- Para todo o programa são desenvolvidos os materiais gráficos (identidade visual, material didático, publicações, sites, entre outras estratégias de divulgação);</p> <p>- Trabalha com estratégias didáticas e oficinas de capacitação;</p> <p>- Trata-se de um programa que oferece ações de extensão fundamentadas sob dois eixos: o da geração de renda, através da capacitação e qualificação profissional de um grupo de beneficiários diretos para sua inserção em processos de empreendedorismo social, visando à inclusão produtiva via economia criativa e solidária; e o das intervenções arquitetônicas e urbanas que visam a melhoria da qualidade dos espaços cotidianos da comunidade;</p>

<p><a href="http://www.arq.ufmg.br/acr/index.php/extensao/programas/des-eja-ca_desenvolvimento-sustentavel-e-empendedorismo-social-no-jardim-canada/">//www.arq.ufmg.br/acr/index.php/extensao/programas/des-eja-ca_desenvolvimento-sustentavel-e-empendedorismo-social-no-jardim-canada/</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta da disciplina UNI009 – Oficina Multidisciplinar: Projetos Socioambientais;</li> <li>- Tem a prefeitura de Nova Lima como parceira no projeto e esta disponibiliza profissionais na área de psicologia e administração junto às ações;</li> <li>- Possui oficinas integradas de marcenaria, tecelagem e estamparia.</li> </ul>
<p>5. Programa Minas Raízes / UEMG</p> <p>Escola De Design/UEMG</p> <p><a href="http://programaminasraizes.blogspot.com.br/p/ed.html">http://programaminasraizes.blogspot.com.br/p/ed.html</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programa de capacitação em produção artesanal para melhoria do produto;</li> <li>- Trabalha também dentro da perspectiva da Andragogia, em que os artesãos aprendem o que vivenciam, colocando a experiência em local de destaque na construção do saber, o que os proporciona se tornarem protagonistas no desenvolvimento de suas potencialidades;</li> <li>- Realiza oficinas itinerantes com o apoio do SEBRAE;</li> <li>- Criação do Núcleo de Design e Responsabilidade Social – NDRES, coordenado pela Profª. M.Sc. Maria Flávia Vanucci de Moraes.</li> <li>- O NDRES tem como objetivo intensificar a promoção de ações, programas e projetos, que envolvam soluções inovadoras para elevação da qualidade de vida e redução das desigualdades sociais, através do design;</li> <li>- Cidades que participam do Programa: Janaúba, São Joaquim de Bicas, Igarapé, Jequitibá e Lagoa Santa.</li> </ul>
<p>6. Laboratório O Imaginário / UFPE Departamento de Design</p> <p>Parcerias com Governo do Estado de Pernambuco, SEBRAE, PETROBRÁS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciou suas atividades como um programa de extensão da UFPE, no ano de 2001;</li> <li>- Trabalha para garantir o acesso de artistas populares e artesãos ao mercado consumidor por meio de ações articuladas e sustentáveis, promovendo, assim, a valorização da cultura e das formas organizativas destas e de outras comunidades, assegurando a modernização da produção artesanal e fortalecendo outras estruturas locais de sustentação do desenvolvimento regional;</li> <li>- Atende a demandas relacionadas às produções artesanais e industriais, envolvendo professores, estudantes e técnicos de diversas áreas do conhecimento, integrando à extensão os segmentos de ensino e pesquisa;</li> <li>- Apoia as comunidades artesanais e colabora com a sustentabilidade do fazer artesanal como prática cultural;</li> <li>- Oferece soluções de design com base em pesquisa e comprometidas com o desenvolvimento sustentável;</li> <li>- Prioriza ações estratégicas destinadas a valorizar a identidade cultural das comunidades; otimiza a produção artesanal através de assistência tecnológica; amplia a divulgação e comercialização do artesanato produzido; promove a inclusão social dos artesãos e o desenvolvimento sustentável;</li> <li>- Professoras responsáveis: Ana Andrade e Virgínia Cavalcanti;</li> <li>- Principais cidades de atuação- Cabo de Santo Agostinho, Goiana, Conceição das Crioulas – Salgueiro, Alto do Moura – Caruaru, Carrolina - Sertânia, Kambiwá, Lagoa do Carro e Tracunhaém.</li> </ul>
<p>7. Projeto EcoSol /</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O projeto tem como objetivo principal promover a qualificação</li> </ul>

<p>UNIVILLE  <a href="https://projetoecosol.wordpress.com/">https://projetoecosol.wordpress.com/</a></p>	<p>e valorização da produção artesanal dos participantes do Fórum de Economia Solidária de Joinville e Norte Catarinense por meio de práticas conceituais e ferramentas projetuais do design;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realiza capacitações que englobam temas como linguagem visual, metodologia de projeto, identidade visual, fotografia e fazeres especiais;</li> <li>- Exercitar o potencial criativo de homens e mulheres para a valorização da produção artesanal de Joinville e Norte Catarinense;</li> <li>- Habilitar e desenvolver a autonomia dos participantes com vistas a produtos com maior qualidade;</li> <li>- Aperfeiçoar e também potencializar os atuais produtos comercializados pelos seus próprios empreendimentos;</li> <li>- Verificar a adequação e aceitação dos produtos comercializados a partir das inserções propostas pelas oficinas;</li> <li>- Ampliar as possibilidades de articulação e divulgação dos produtos na comunidade de Joinville.</li> </ul>
<p>8. Projeto DESOL / UNIVILLE</p> <p>Departamento de Design Parceiros- Consulado da Mulher, Prefeitura de Joinville e Fundação Municipal de Desenvolvimento Rural 25 de Julho.</p> <p><a href="http://www.univille.edu.br/site/universouniville/noticias/designsocial/496543">http://www.univille.edu.br/site/universouniville/noticias/designsocial/496543</a></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O projeto foi iniciado em 2009;</li> <li>- Possui uma equipe técnica composta por professores e alunos do curso de Design prestam consultoria a empreendimentos como cooperativas, associações e grupos consolidados de trabalhadores em artesanato. Os artesãos são oriundos da região, principalmente de Joinville, São Francisco do Sul, Itapoá e Araquari;</li> <li>- Atende a 35 empreendimentos e cerca de 150 pessoas indiretamente;</li> <li>- É coordenado pela professora Rita Petrykowski Peixe;</li> <li>- O DESOL trabalha com um modelo de atendimento individual, de consultorias, que consideram as demandas específicas de cada empreendimento;</li> <li>- Realiza capacitações em Prefeituras Municipais da Região de Santa Catarina (Araquari, Barra Velha, Itapoá e São Francisco do Sul), executando duas ações anuais em cada prefeitura.</li> </ul>
<p>9. LabSol / UNESP</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procura conhecer os grupos;</li> <li>- Entender como as produções e os métodos funcionam;</li> <li>- Realiza atividades através de experimentos e discussões que levam as modificações e protótipos;</li> <li>- Sugere alterações no método produtivo, deixando-os mais práticos, mais rápidos e mais ecológicos;</li> <li>- Trabalha com a produção de novos objetos que possam estar mais de acordo com as necessidades do mercado;</li> <li>- Realiza algumas feirinhas e exposições com os produtos que desenvolve junto às comunidades, além de realizar parcerias confeccionando brindes, melhorando identidades visuais entre outras ações que se configuram com parceiros que não são grupos ou comunidades artesanais;</li> <li>- O Laboratório funciona todos os dias no período da tarde, das 14h às 18h no Departamento de Design. Conta com estagiários de Relações Públicas, Design e Engenharia de Produção.</li> </ul>

Fonte: a autora

## MODELO DE PROPOSTA DE CONSULTORIA

Local e data  
 Nome da Instituição e o seu representante  
 Contatos telefônicos  
 E-mails

### Proposta de Consultoria de Design para realização de Oficinas [indicar o nome do lugar ou do grupo]

#### 1. Apresentação

Trazer um texto introdutório apresentando a proposta e sua dimensão sobre o que trata a consultoria, quem será atendido e quais as metas a cumprir.

#### 2. Objetivo

Indicar qual é o objetivo principal da consultoria.

##### 2.1. Objetivos Específicos

Descrever alguns objetivos específicos que ajudarão a cumprir o objetivo principal da proposta.

#### 3. Metodologia

Explicar de maneira sucinta como os encontros acontecerão e quais as atividades fazem parte da proposta.

##### 3.1. Cronograma de Execução

Indicar o período de execução da ação.

Etapas da Consultoria	CH	1º mês	2º mês	3º mês
Módulo I	XX			
Módulo II	XX			
Módulo III	XX			
<b>Total da carga-horária</b>	<b>XX</b>	As etapas podem ser divididas em módulos. Como também a quantidade de dias ou meses de duração da ação irá depender da negociação com os parceiros.		

**Observações:** informar, caso tenha, algum aviso complementar sobre o cronograma.

#### 4. Equipe de Design

Indicar quem compõe a equipe de design, trazendo um breve currículo dos integrantes.

## 5. Investimento

Informar o valor da proposta, os elementos que a compõem e indicar o grupo que será atendido.	
<b>Total do Investimento</b>	<b>R\$ 00000,00</b>

### 5.1. Forma de Pagamento

Negociar a forma de pagamento e expor nesse espaço.

## 6. Identificação, nível de envolvimento e responsabilidade dos PARCEIROS

### – É de responsabilidade do Consultor:

Listar todas as ações que são de responsabilidade do designer.

### – É de responsabilidade da Empresa Contratante:

Listar todas as ações que são de responsabilidade da Empresa que contrata a consultoria de design.

## 7. Observações Complementares

Trazar também informações complementares como, por exemplo:

- O que pode acontecer no caso do não cumprimento entre os parceiros da proposta;
- Explicitar de quem é a responsabilidade com a compra de materiais e de lanche (quando for o caso);
- Informar se o transporte da equipe de consultores, dos artesãos está incluso no valor da proposta;
- Como também a hospedagem e alimentação de toda equipe;
- Deixar claro de quem é a função de registrar com qualidade, através de fotos, os produtos, além da produção textos para produção de material gráfico, por exemplo, entre outros detalhes que podem surgir durante a consultoria.

## 8. Termo de Compromisso

Declaro que estou de acordo com a consultoria de design a ser realizada na cidade de **XXXXXXXXXX**, cuja cópia está em meu poder, no valor de **“R\$ 00000000”**, que deverá ser paga pela Empresa Contratante, referente a 000 horas de atendimento ao custo de R\$ 00 a hora, incluindo os demais serviços descritos nesta Proposta.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Atenciosamente,

\_\_\_\_\_  
O nome do designer  
A função do designer

De acordo,

\_\_\_\_\_  
O representante da Empresa  
Nome da empresa contratante



**Universidade Federal de Pernambuco**  
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM DESIGN | PPD

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**  
(PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS - Resolução 466/12)

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa **Design e cultura: desenvolvimento do modelo de gestão IDeA aplicado à produção artesanal de artefatos**, que está sob a responsabilidade do (a) pesquisador (a) **Autaluciana Laurentino**, com endereço na Rua Rodrigues de Mendonça, n. 45/apto. 1104 – CEP 50.720-170 – Telefones- (081) 3228.0586/ 9.9107.2967, e-mail- [autall@yahoo.com.br](mailto:autall@yahoo.com.br) e está sob a orientação do **Prof. Dr. Walter Franklin Marques Correia**, Telefone- (081) 9.9921.8886, e-mail [walter25@terra.com.br](mailto:walter25@terra.com.br).

Caso este Termo de Consentimento contenha informações que não lhe sejam compreensíveis, as dúvidas podem ser tiradas com a pessoa que está lhe entrevistando e apenas ao final, quando todos os esclarecimentos forem dados, caso concorde com a realização do estudo pedimos que rubriche as folhas e assine ao final deste documento, que está em duas vias, uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável.

Caso não concorde, não haverá penalização, bem como será possível retirar o consentimento a qualquer momento, também sem nenhuma penalidade.

**INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA-**

- Descrição da pesquisa: informar os objetivos, detalhamento dos procedimentos da coleta de dados, forma de acompanhamento (informar a possibilidade de inclusão em grupo controle ou placebo, se for o caso).
- Esclarecimento do período de participação do voluntário na pesquisa, início, término e número de visitas para a pesquisa. Em caso de pesquisa onde o voluntário está sob qualquer forma de tratamento, assistência, cuidado, ou acompanhamento, explicar procedimentos, intervenções ou tratamentos a que será submetido e quais os métodos alternativos (atualmente empregados no atendimento aos pacientes que não estão em pesquisas).  
OBS- Em caso de coleta de material biológico esclarecer com detalhes a quantidade e procedimentos para sua obtenção (Ex.- serão colhidos 20ml de sangue – 1 colher das de sopa – por punção de veia do braço).
- **RISCOS diretos** para o voluntário (prejuízo, desconforto, constrangimento, lesões que podem ser provocados pela pesquisa) **informar as formas de amenizar os riscos bem como indenização, ressarcimento de despesas em caso de dano.**
- **BENEFÍCIOS diretos e indiretos** para os voluntários.  
OBS- Em casos de pesquisas para avaliação de prevalência ou de diagnóstico de doenças, especificar onde será o acompanhamento do paciente após o diagnóstico.

Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa através de gravações em áudio, ficarão armazenados em

computador pessoal, sob a responsabilidade da pesquisadora Auta Luciana Laurentino, no endereço acima informado, pelo período de mínimo 5 anos.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas fica também garantida a indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extra-judicial. Se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Em caso de dúvidas relacionadas aos aspectos éticos deste estudo, você poderá consultar o Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos da UFPE no endereço- **(Avenida da Engenharia s/n – 1º Andar, sala 4 - Cidade Universitária, Recife-PE, CEP- 50740-600, Tel.- (81) 2126.8588 – e-mail- [cepccs@ufpe.br](mailto:cepccs@ufpe.br)).**

---

Auta Luciana Laurentino

### **CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A)**

Eu, \_\_\_\_\_, CPF \_\_\_\_\_, abaixo assinado, após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo Design e cultura: desenvolvimento do modelo de gestão IDeA aplicado à produção artesanal de artefatos, como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade (ou interrupção de meu acompanhamento/ assistência/tratamento).

Recife, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_.

Assinatura do participante:

**Presenciamos a solicitação de consentimento, esclarecimentos sobre a pesquisa e o aceite do voluntário em participar.** (02 testemunhas não ligadas à equipe de pesquisadores):

Nome:	Nome:
Assinatura:	Assinatura:

Comitê de Ética  
em Pesquisa  
Envolvendo  
Serres Humanos

CEP - CCS - UFPE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE  
PERNAMBUCO CENTRO DE  
CIÊNCIAS DA SAÚDE / UFPE



## COMPROVANTE DE ENVIO DO PROJETO

### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa-** Design e cultura- desenvolvimento do modelo de gestão IDeA aplicado à produção artesanal de artefatos.

**Pesquisador-** Auta Luciana Laurentino

**Versão-** 1

**CAAE-** 56890816.0.0000.5208

**Instituição Proponente-** Centro de Artes e Comunicação

### DADOS DO COMPROVANTE

**Número do Comprovante-** 054939/2016

**Patrocinador Principal-** Financiamento Próprio

Informamos que o projeto Design e cultura- desenvolvimento do modelo de gestão IDeA aplicado à produção artesanal de artefatos. que tem como pesquisador responsável Auta Luciana Laurentino, foi recebido para análise ética no CEP Universidade Federal de Pernambuco Centro de Ciências da Saúde / UFPE-CCS em 10/06/2016 às 09-46.

**Endereço-** Av. da Engenharia s/nº - 1º andar, sala 4, Prédio do CCS

**Bairro-** Cidade Universitária

**UF-** PE

**Telefone-** (81)2126-8588

**CEP-** 50.740-600

**Município-** RECIFE

**E-mail-** cepccs@ufpe.br

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO – UFPE**

Centro de Artes e Comunicação – CAC

Programa de Pós-Graduação em Design - PPD

DOUTORADO EM DESIGN

**Doutoranda : Auta Luciana Laurentino**

---

**ROTEIRO DA ENTREVISTA APLICADO AOS ARTESÃOS E AS ENTIDADES EXECUTORAS**

---

**AÇÕES QUE ENVOLVERAM A ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DE DESIGN****A) Resultados diretos**

1. O diagnóstico [que deve indicar as necessidades do grupo], junto à comunidade produtora do artesanato, foi realizado pela equipe de design ou pela entidade executora?
2. As metas do projeto de intervenção de design foram cumpridas? [melhorias e/ou criação de novas peças, cronograma de execução, fortalecimento do grupo, ampliação do mercado]?
3. Houve apropriação do método de design repassado?
4. Após a ação de design houve ampliação do mercado dos artesãos?
5. Foram estimulados novos procedimentos na produção?
6. Algum tipo de ação acontecia com o grupo paralelamente a ação de design?
7. Caso não, quais outras ações deveriam acontecer junto a ação de design?

**B) Resultados indiretos**

1. Quais foram às dificuldades encontradas pelo grupo?
2. Houve a constituição/ampliação de parcerias para o grupo produtor?
3. Quais os impactos econômicos, sociais, ambientais, organizacionais e tecnológicos percebidos pelos artesãos?

Econômicos:

Sociais:

Ambientais:

Organizacionais:

Tecnológicos:

4. As ações estimularam a manutenção dos integrantes do grupo produtor?
5. Quais foram às formas de comunicação dos resultados?
6. Qual a sua opinião em relação à gestão do designer responsável pela ação de intervenção na sua produção?